

RESERVADO

UNIVERSIDADE TÉCNICA DE LISBOA



INSTITUTO SUPERIOR DE ECONOMIA E GESTÃO

Mestrado em Contabilidade Fiscalidade e Finanças Empresariais

I. S. E. G.

Biblioteca

HG-179.GGS-

2012

A EDUCAÇÃO FINANCEIRA NO SECTOR BANCÁRIO

PORTUGUÊS

Nanete Lara Ferreira Gomes

Orientação

Professor Doutor José Dias Lopes, Professor-Coordenador do Instituto Superior de
Gestão Bancária.

Júri

Presidente:

Doutor Eduardo Barbosa do Couto, professor auxiliar do Instituto Superior de
Economia e Gestão da Universidade Técnica de Lisboa

Vogais

Dra. Isabel de la Peña, especialista na área da banca

Professor Doutor José Dias Lopes, Professor-Coordenador do Instituto Superior de
Gestão Bancária

Abril 2012



Agradecimentos

Para a concretização desta dissertação, apesar da sua finalidade académica, estiveram comigo vários intervenientes que ajudaram e colaboraram de forma directa ou indirectamente, os quais merecem todo o meu reconhecimento e uma sincera gratidão. Por essa razão, desejo expressar os meus sinceros agradecimentos:

Ao meu orientador, Professor Doutor José Dias Lopes, pelo empenho e dedicação com que me orientou nesta dissertação, assim como por todas as observações e estímulos.

Aos Colegas e Professores do Instituto Superior de Economia e Gestão pelo companheirismo e conselhos de todos ao longo deste mestrado, em especial agradeço à Filipa, à Liana, às gémeas, ao Tiago, à Marlene C., à Marlene V. e ao Victor.

Às pessoas que fazem parte da minha vida e cujo apoio foi importante para a concretização desta tese, sendo elas a Catarina, o Caetano, o Saul, a Estela, o Daniel, a Sofia, o Hélder, o Adolfo, a Marta, o Marco, o Simões e o Colunas.

À minha família pelo apoio, força e incentivo incondicional na busca da realização dos meus objectivos.

Por último, dedico a presente tese à minha sobrinha Raquel, pois este trabalho foi realizado com o intuito de contribuir para que ela tenha um futuro melhor.

A Educação Financeira no Sector Bancário Português

Nanete Lara Ferreira Gomes

Mestrado em Contabilidade, Fiscalidade e Finanças Empresariais

Orientador Professor Doutor José Dias Lopes

Resumo

Esta tese estuda qual a relação dos bancos em Portugal com a literacia financeira. O objectivo é identificar as boas práticas existentes nesta matéria. Para esse efeito foram analisados os programas de educação financeira de cada banco da amostra e comparados com dois dos bancos cujos programas são uma referência. Os resultados indicam que os programas desenvolvidos em Portugal ainda estão numa fase inicial, sendo necessário um maior desenvolvimento. Neste estudo reconhece-se qual o papel bancos na difusão da educação financeira e que o seu apoio não só traz benefícios para a sociedade como também para os próprios bancos.

Palavras-chave: Educação Financeira, Literacia Financeira, Iliteracia Financeira, Sector Bancário, Bancos.

Financial Education in the Portuguese Banking Sector

Nanete Lara Ferreira Gomes

Master in Accounting, Taxes and Corporate Finance

Adviser: Professor Doutor José Dias Lopes

Abstract

This thesis studies the relation between Portuguese banks and financial literacy. The main objective is to identify the correct practices that exist in the matter. To that effect, it is necessary to analyse the programs for financial education each bank possesses and endorses, as well as the comparative analysis between the two programs that are associated with the most renowned banks in the field of financial literacy. The results obtained indicate that the programs and initiatives developed in Portugal are still at an early stage, requiring more development. In this study, it was recognized which part do banks play in this development, and the understanding on how this involvement brings benefits not only to society, but to the banks themselves.

Keywords: Financial Education, Financial Literacy, Financial Illiteracy, Banking, Banks.

Índice

1. Introdução	7
1.1 Enquadramento Geral	9
1.2 Motivações e Objectivos	10
1.3 Estrutura da Tese	11
2. A Literacia Financeira	13
2.1 Definição e Importância	13
2.2 Causas das Dificuldades Financeiras	17
2.2.1 Literacia da Dívida	18
2.2.2 Exclusão Financeira	19
2.3 Níveis de Literacia Financeira	20
2.4. Impactos dos Programas de Educação Financeira	22
2.5 Plano Nacional de Formação Financeira	25
2.6 Síntese	26
3. Literacia Financeira e os Bancos.....	29
3.1 Os Clientes Bancários	29
3.2 A Diversificação de Carteiras.....	30
3.3 Relação Comercial entre Bancos e Clientes	31
3.4 A Educação Financeira e os Bancos.....	33
3.5 Responsabilidade Social das Instituições Financeiras	34
3.6 Risco Operacional e Risco de Reputação	36
3.7 Directiva do Mercado de Instrumentos Financeiros	41
3.6.1 Classificação de Clientes.....	41
3.6.2 Testes de Adequação	42
3.6.3 Benefícios e prejuízos da entrada em vigor da Directiva 2006/73/CE.....	43
3.8 Resumo.....	44
4. Metodologia e Dados	48
4.1 Descrição da Amostra	48
4.2 Tipos e Fontes de Informação	49
4.3 Procedimentos de Análise.....	49
5. Programas de Educação Financeira Desenvolvidos	50
5.1 Barclays	51
5.2 Caixa Geral de Depósitos (CGD)	52

5.3 Millenium BCP	54
5.4 Australia and New Zealand Banking Group (ANZ)	54
5.5 Citigroup	56
6. Análise e Discussão	58
6.1 Missão	58
6.2 Objectivos	58
6.3 Projectos Desenvolvidos	59
6.4 Público-alvo	60
6.5 Discussão dos Resultados	61
7. Conclusão	63
Bibliografia	65

Índice de Ilustrações

Ilustração 1 Educação Financeira vista como um processo de decisão. Fonte: Manson e Richard (2000)	15
Ilustração 2 A informação e o meio Fonte: (FSA, 2005)	16
Ilustração 3 Factores que influenciam as dificuldades financeiras Fonte: Adaptado de ACNielsen e ANZ (2005)	17
Ilustração 4 Informação Financeira Necessária – por níveis Fonte: adaptado de New Zealand Network for Financial Literacy (2010)	18
Ilustração 5 Quadro sobre a avaliação de resultados e impactos da Educação Financeira Fonte: adaptado de (Cohen, Sebstad and Starck. 2006)	22
Ilustração 6 Indicadores de Literacia Financeira em Portugal. Fonte: CNSF (2011)	25
Ilustração 7 Pirâmide de factores (autor)	27
Ilustração 8 Relação do Banco com os clientes (autor)	32
Ilustração 9 Definição de Risco Financeiro e Não Financeiro (autor)	37
Ilustração 10 Ganhos e perdas da implementação de medidas de responsabilidade social (autor)	38
Ilustração 11 Dinâmica entre Educação Financeira e Risco Reputacional (autor)	39
Ilustração 12 Factores que influenciam a reputação nas empresas e nas instituições financeiras (autor)	40
Ilustração 13 Classificação de Clientes Bancários (autor)	42
Ilustração 14 - Relação entre Educação Financeira e Benefícios para os Bancos (autor)	45
Ilustração 15 Medidas executadas pela OCDE e pela UE no âmbito da Educação Financeira (autor)	50
Ilustração 16 Programas de Educação Financeira do Barclays (autor)	52
Ilustração 17 Programas de Educação Financeira da CGD (autor)	53
Ilustração 18 Programas de Educação Financeira da ANZ (autor)	55
Ilustração 19 Programas de Educação Financeira do Citi Group (autor)	57
Ilustração 20 Missão da Estratégia de Educação Financeira (autor)	58



Índice de Tabelas

Tabela 1 Comportamentos financeiros desejados (Cohen, Sebstad and Starck. 2006)	28
Tabela 2 Objectivos das Estratégias de Educação Financeira (autor)	59
Tabela 3 Projectos de Educação Financeira Desenvolvidos (autor)	59
Tabela 4 Público-alvo dos Programas de Educação Financeira (autor)	60
Tabela 5 Estratégias dos Bancos sobre Educação Financeira - Quadro Resumo (autor)	62

1. Introdução

1.1 Enquadramento Geral

A presente tese aborda o impacto da literacia financeira nas estratégias elaboradas pelas instituições bancárias.

Actualmente, em todo o mundo, é utilizado todo um conjunto de transacções económicas e financeiras, tendo ao nosso dispor produtos financeiros, simples e complexos tais como créditos de consumo e habitação, acções, obrigações, contas poupança ou contas poupança-reforma. Todos estes produtos estão ligados a conceitos e terminologias financeiras, mas a sua aparente simplicidade não facilita a consciência financeira.

Assim, é de relevância fundamental que os clientes estejam preparados a nível de conhecimentos e atitudes para poderem usufruir de uma vida financeira saudável. Neste contexto, a educação financeira desenvolve habilidades que facilitam as pessoas a tomar decisões sobre as suas finanças pessoais. Esta habilidade contribui para que haja maior integração entre os indivíduos na sociedade e a desenvolver um mercado mais activo e competitivo (Sebstad, Cohen, & Stack, 2006).

Os bancos são um importante intermediário financeiro na economia dos países, concentrando as poupanças e os investimentos da maioria dos consumidores. Ao gerir a sua carteira de clientes, as instituições bancárias deparam-se com um conjunto variado de riscos. Tanto pela proximidade ao público como pelo seu grau de importância no mercado, o envolvimento destas instituições na difusão de programas de educação financeira pode ser uma ajuda importante para que as lacunas existentes sejam ultrapassadas.

Se é impossível sobreviver no mundo actual sem saber escrever ou ler, ou seja, sem se ser alfabetizado, também é impossível sobreviver no mercado actual, sem saber escolher e comparar os serviços financeiros mais adequados.

Nos últimos anos, assistimos à publicação de alguns estudos sobre a população relacionados com a literacia financeira, desenvolvidos a nível mundial, quer por governos, como também pela própria OCDE (*Organisation for Economic Co-operation and Development*). Também entre os agentes do sistema bancário se multiplicam as intervenções neste âmbito, tais como a WSBI (*World Saving Banks Institute*) e a EBF (*European Banking Federation*).

Em 2003, a OCDE estabeleceu o "Financial Education Project" com a finalidade de proporcionar meios para melhorar a educação e alfabetização financeira, através do

desenvolvimento de princípios comuns. Para cumprir este objectivo, estudou a implementação dos programas promovidos em vários países, criando um conjunto de recomendações sobre as melhores práticas para a sua implementação, publicado no relatório *“Improving Financial Literacy: Analysis of Issues and Policies”*, em Novembro de 2005. Na segunda fase do projecto está previsto o estudo para a inserção da Educação Financeira nas escolas. Até à data, não existem publicações da OCDE sobre este tema.

Tanto o WSBI (*World Savings Banks Institute*) como a OCDE defendem que, para além dos Governos, as Instituições Financeiras, também tem um papel importante para educar as pessoas sobre assunto financeiros. As Instituições Financeiras, podem e devem estar envolvidas na realização de programas de educação financeira dada a sua proximidade aos clientes.

Ao longo das pesquisas efectuadas para esta tese, verificou-se que, apesar das várias iniciativas dos governos para a diminuição da iliteracia, poucos são os estudos no sentido de encontrar a causa-efeito desta ou mesmo a medição da consequente falta de conhecimentos financeiros por parte da população. Este facto talvez se prenda com a dificuldade em definir quais as competências necessárias para que uma pessoa seja considerada literada financeiramente ou não. Possivelmente por isso, é difícil a sua detecção ou avaliação.

Assim, reconhece-se que o assunto está incipiente, devendo ser uma preocupação tanto dos governos como das instituições financeiras. Irá ser demonstrado ao longo desta tese, que o papel desempenhado pelas instituições financeiras é de extrema importância para a consolidação da literacia financeira, pois as suas iniciativas neste tema, ficam além das suas responsabilidades sociais.

1.2 Motivações e Objectivos

A dia 5 de Abril de 2011 foi publicada a Resolução da Assembleia da República n.º 74/2011, em que a Assembleia da República recomenda ao governo a criação de medidas para a promoção da Literacia Financeira dos portugueses, entre elas salientam-se:

- Promoção da educação financeira, em todas as etapas da vida, dirigida às necessidades específicas dos cidadãos, após analisado o seu nível de conhecimentos financeiros;
- Promoção da importância da literacia financeira, implementando a educação financeira nos currículos escolares tão cedo quanto possível;

- Desenvolvimento de projectos e apoio a iniciativas de promoção da literacia financeira dos clientes bancários, sensibilizando a população para a necessidade de comparação e avaliação prévias dos produtos e serviços bancários, com base em critérios objectivos;
- A sensibilização da população para a importância da poupança, em detrimento do consumo, como forma de permitir a redução do endividamento das famílias e a acumulação da riqueza necessária à satisfação de objectivos de longo prazo.

Desta forma torna-se visível que a relevância do tema da Literacia Financeira faz parte do quotidiano de todos.

Como resposta a um incremento da consciencialização por parte dos governos e organizações internacionais, as instituições bancárias têm assumido uma atitude mais consciente quanto à temática da literacia financeira. É, por isso, objectivo desta tese analisar quais os esforços desenvolvidos pelas instituições bancárias em Portugal e identificar boas práticas, tendo em conta o estágio actual de desenvolvimento da nossa estratégia.

Este estudo tem como objectivo primordial analisar os projectos de combate à Educação Financeira que foram desenvolvidos pelas instituições bancárias em Portugal. No que se refere aos objectivos específicos, enumeram-se os seguintes:

- Conhecer os esforços desenvolvidos para fazer face à Iliteracia Financeira;
- Identificar os pontos positivos e negativos dos programas desenvolvidos;
- Perceber se estes esforços, são suficientes para colmatar as lacunas existentes ou se são ineficientes.

1.3 Estrutura da Tese

Este estudo é constituído por sete capítulos, sendo este primeiro constituído pela introdução, objectivos e motivação à elaboração deste estudo.

No segundo capítulo, é realizada uma revisão de literatura sobre o conceito de Literacia Financeira, as suas causas, os estudos elaborados em torno desta temática e os projectos desenvolvidos. São ainda apresentadas neste capítulo, os programas desenvolvidos na Austrália que a torna uma referência quanto à criação e implementação de programas de combate à iliteracia financeira e o Plano Nacional de Formação Financeira.

De seguida, no terceiro capítulo, é apresentada o desenvolvimento desta temática no sector bancário. Exploramos este tema desde a posição e estratégia das instituições bancárias, os riscos e as questões que a Educação Financeira levanta.

Já no quarto capítulo é exposta a metodologia utilizada para a recolha da amostra, as instituições alvo do estudo, os indicadores utilizados neste estudo e analise a efectuar.

Consequentemente, no quinto capítulo, são descritos os Programas de Educação Financeira das instituições da amostra, não descuidando as recomendações de boas práticas da OCDE (2005).

No sexto capítulo, procedeu-se à análise dos resultados e à sua discussão. Por último, no capítulo 7, são apresentadas as conclusões finais.

2.1 Definição e importância

A educação financeira é definida como o conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes que permitem ao indivíduo tomar decisões financeiras conscientes e responsáveis. Segundo a OCDE (2005), a educação financeira é um processo contínuo que visa capacitar os cidadãos para a tomada de decisões financeiras conscientes e responsáveis, permitindo-lhes compreender e gerir os seus recursos financeiros de forma eficaz e segura.

De acordo com a OCDE (2005), a educação financeira é um processo contínuo que visa capacitar os cidadãos para a tomada de decisões financeiras conscientes e responsáveis, permitindo-lhes compreender e gerir os seus recursos financeiros de forma eficaz e segura.

A educação financeira é um processo contínuo que visa capacitar os cidadãos para a tomada de decisões financeiras conscientes e responsáveis, permitindo-lhes compreender e gerir os seus recursos financeiros de forma eficaz e segura.

De acordo com a OCDE (2005), a educação financeira é um processo contínuo que visa capacitar os cidadãos para a tomada de decisões financeiras conscientes e responsáveis, permitindo-lhes compreender e gerir os seus recursos financeiros de forma eficaz e segura.

2. A Literacia Financeira

Dado que o objectivo desta tese é estudar a importância da educação financeira na perspectiva das instituições financeiras, o presente capítulo irá aprofundar o tema da Literacia Financeira.

Em primeiro lugar será estudada a origem do termo, tanto em termos do seu significado como a sua própria construção. Apesar da sua primeira definição parecer simples, quando se aprofunda a sua definição, verifica-se que é composto por várias componentes. Depois desta explicação, serão analisados os níveis de literacia da população em geral, tendo sido detectados determinados grupos sociais cujo nível de educação financeira é mais baixo. Posteriormente irão ser abordados os impactos sobre a implementação dos programas de educação financeira e como estes podem ser medidos.

Por último, serão mencionados os esforços desenvolvidos pelo governo português para a implementação de um plano nacional de formação financeira.

2.1 Definição e Importância

O mercado financeiro tornou-se cada vez mais complexo, oferecendo um vasto conjunto de produtos e serviços. O aumento da qualidade de vida e dos rendimentos proporcionou o acesso e a procura por parte dos consumidores de produtos financeiros de créditos e poupanças, providenciados por uma série de instituições financeiras de vários tipos. Torna-se assim essencial que as pessoas detenham os conhecimentos necessários para tomarem decisões responsáveis e conscientes (Banco de Portugal, 2010a).

Num mundo cada vez mais competitivo, em que as novas tecnologias e a globalização levam a mudanças sistemáticas, torna-se necessário que todos estejam preparados para fazer face a qualquer situação. A educação financeira torna-se, assim, uma das ferramentas essenciais.

O próprio conceito de literacia financeira tem evoluído ao longo dos tempos conforme se vão aprofundando os estudos e reflexões sobre esta temática.

A *Financial Services Authority* (FSA), instituição não governamental e independente com a finalidade de regular o sector dos serviços financeiros no Reino Unido, defende que as elaborações de estratégias de combate à iliteracia financeira têm o intuito de melhorar a equidade e eficiência do funcionamento do mercado de serviços financeiros de retalho (FSA, 1998), tanto na forma como o consumidor intervém no mercado como na sua própria defesa de direitos.

Num dos estudos realizados em 2000 pela *Fannie Mae Foundation* esta define a Literacia Financeira como a *"habilidade de ler, analisar, gerir e comunicar sobre as condições financeiras pessoais que afectam o bem-estar material. Inclui a habilidade para discernir escolhas financeiras, discutir questões monetárias e financeiras sem causar desconforto, planear o futuro e responder de forma competente às situações da vida que afectam as decisões financeiras diárias, incluindo situações económicas em geral"* (Fannie Mae Foundation, 2000). A literacia financeira deverá, por isso, ser visto como um tema de interesse para indivíduos de qualquer meio e extracto social.

A *Fannie Mae Foundation* (Fannie Mae Foundation, 2000) distingue também o termo Educação Financeira como o grau de literacia que um indivíduo tem, isto é, a forma como utiliza os seus rendimentos de forma a influenciar o seu estilo de vida, as suas escolhas e actividades. A definição vai mais além, alegando que esta *"molda o curso da vida de várias formas, acabando por melhorar o acesso aos rendimentos de capital, a acumulação de activos e protecção de activos"*.

Nestas duas definições expostas nos parágrafos anteriores está implícita a importância da confiança que um indivíduo tem para fazer face as opções que tem de tomar. Uma das funções da literacia financeira será criar o espírito cognitivo necessário para a tomada de decisões.

No relatório australiano elaborado pela *Roy Morgan Research* (2003) para a ANZ¹, foi tida em conta esta preocupação, dado que a própria definição de literacia financeira passa por permitir que as pessoas tomem decisões informadas e confiantes, tendo em conta todos os aspectos sobre a sua orçamentação, gastos, poupanças e a utilização de produtos e serviços, tais como os produtos bancários do quotidiano, como os empréstimos, investimentos e planeamento do futuro. Por este motivo, uma das preocupações do estudo realizado pela *Roy Morgan Research* (2003) sobre os níveis de literacia na Austrália recaiu na relação de três pontos essenciais: a compreensão de termos, a competência financeira e responsabilidade financeira.

Manson e Richard (2000), chamam a atenção para a definição da literacia financeira no seu sentido mais amplo, dado que um indivíduo deverá ser capaz de reconhecer as implicações financeiras implícitas no quotidiano, como por exemplo, qual o impacto do aumento do preço do petróleo, não só seu próprio consumo, como no preço de bens e serviços. Seguindo esta linha de pensamento, da mesma forma que um indivíduo que utiliza todas as informações financeiras disponíveis para garantir a melhor escolha no momento actual, também deverá

¹ Australia and New Zealand Banking Group, quarto maior banco da Austrália e o maior na Nova Zelândia.

reconhecer a necessidade de mudar de estratégia, de forma a adaptar-se a novas situações que possam ocorrer, tal como optar entre investir e poupar face a um cenário de incerteza económica. A capacidade de reconhecer estas implicações financeiras é fundamental para a literacia financeira.

Estes autores estenderam a definição de educação financeira como um *processo* em que os indivíduos utilizam uma combinação de capacidades, tecnologias, recursos e conhecimentos para que assim compreendam as questões financeiras e possam tomar decisões. Estes termos têm sido utilizados em geral como os recursos necessários para se tornar uma pessoa literada financeiramente.



Ilustração 1 Educação Financeira vista como um processo de decisão. Fonte: Manson e Richard (2000)

Neste contexto, a FSA (1999), foi um dos primeiros organismos a elaborar uma estratégia para a promoção da compreensão pública do sistema financeiro, no qual distingue aquela em duas vertentes:

- **Educação para a Literacia Financeira** – para garantir pessoas com conhecimentos, aptidões e qualificações necessárias para se tornarem consumidores de serviços financeiros críticos e informados e capazes de gerir as suas finanças de forma eficiente; Por exemplo, tentar desenvolver a aptidão das pessoas face à matemática, literacia e sistemas de informação num contexto financeiro, bem como a compreensão da natureza e uso do dinheiro de várias formas, incluindo crédito e débito.

- **Informação e aconselhamento aos consumidores** – de modo a fornecer informações imparciais e conselhos genéricos para ajudar os consumidores a planear as suas economias e a fazer escolhas informadas, sem ser de forma prescritiva ou recomendando produtos e serviços, ou a criação de poupanças. A preocupação recai aqui em ajudar os consumidores a planear as suas necessidades e na informação para a escolha dos produtos financeiros apropriados.

Posteriormente, a FSA elaborou, em 2005, um diagrama em que relaciona os três elementos chaves para medir a aptidão financeira dos indivíduos: o conhecimento e compreensão; as competências e a confiança e atitudes. A FSA reforça assim a ideia que estes factores influenciam as experiências pessoais de cada um e a sua personalidade, logo, a competência financeira deve ser avaliada através da análise do comportamento dos indivíduos (FSA, 2005).

Por sua vez, em 2003, a OCDE definiu a expressão de Literacia Financeira de uma forma mais precisa ao interpretar como "o processo pelo qual os consumidores melhoraram a sua compreensão dos produtos financeiros,



Ilustração 2 A informação e o meio Fonte: (FSA, 2005)

conceitos e riscos, de forma que, com informação, instrução e/ou aconselhamento objectivo, possam desenvolver as suas habilidades e confiança para se tornarem mais conscientes dos riscos financeiros e oportunidades de fazerem escolhas conscientes, saber onde pedir ajuda e tomar outras medidas eficazes para melhorar o seu bem-estar financeiro" (OCDE, 2005a).

Os esforços desenvolvidos na Nova Zelândia para a promoção da Literacia Financeira são um bom exemplo. Em 2010, foi constituído um grupo de trabalho para desenvolver uma "Estratégia Nacional de Literacia Financeira" promovida pelos Reguladores Financeiros e pelo Ministério da Educação (New Zealand Network for Financial Literacy, 2010).

Conclui-se que a educação financeira é importante, mas é apenas um pilar para uma política financeira adequada (OCDE, 2006). A educação financeira deve ser conjugada com a legislação de protecção do consumidor e a regulação das instituições financeiras, devendo esta estar de mão dadas com o acesso aos mercados financeiros e serviços. O acesso aos serviços financeiros é uma das questões importante tanto nos países em desenvolvimento como nos

países que constituem a OCDE, dado a existência de minorias e pessoas de baixos rendimentos que não chegam se quer a possuir contas bancárias.

A educação financeira aborda a diferença entre a compreensão do cliente, a sua captação e uso. Ao contrário das actividades de marketing que tendem a orientar o cliente para um determinado produto, a educação financeira é mais ampla, pois fornece uma base fundamental de conhecimentos e competências que os clientes podem usar para fazer escolhas mais informadas sobre os produtos e serviços financeiros.

Por este motivo, uma das preocupações da ANZ recaiu igualmente sobre a exclusão social, defendendo que a Literacia Financeira, não só apoia a inclusão social, como também melhora a contribuição que o sector financeiro tem no bem-estar de uma nação (Roy Morgan Research, 2003).

2.2 Causas das Dificuldades Financeiras

Os bancos australianos desenvolveram uma série de estudos sobre o tema. Num dos seus estudos (ACNielson e ANZ, 2005), procurou-se averiguar qual o motivo pelo qual algumas pessoas sofrem de dificuldades financeiras e qual a influência da alfabetização financeira (ANZ, 2005). As questões fundamentais



Ilustração 3 Factores que influenciam as dificuldades financeiras
Fonte: Adaptado de ACNielson e ANZ (2005)

identificadas pela pesquisa como causa para as dificuldades financeiras estão relacionadas com a forma como as pessoas pensam de forma “pouco saudável”² sobre as suas finanças e as circunstâncias fora do controlo das pessoas³ são as causas com impacto dominante, seguidas dos baixos níveis de qualificação e de conhecimento financeiro. Para além dos factores referidos, existe também uma ampla gama de influências que agem sobre esses factores, incluindo motivos individuais, sociais, familiares, circunstanciais e de produto. Todas estas influências estão interligadas entre si. De forma a perceber melhor a interacção e influência de todos estes factores, os autores do estudo referido, criaram o gráfico apresentado a seguir.

² Por exemplo, as pessoas pensam mais no presente do que no futuro.

³ Por exemplo, a falta de emprego ou a dissolução de relações.

Por sua vez, o diagrama representado ao lado, indica a informação e os diferentes níveis de competências e conhecimentos que todas as pessoas necessitam para viverem na economia moderna. O primeiro nível prende-se com questões do dia-a-dia como a



inflação, impostos, poupanças e o próprio acesso a actividades bancárias simples, como ter uma conta

bancária, utilizar o *e-banking* ou um cartão de crédito. No nível acima trata de questões mais pontuais, como os investimentos, empréstimos, hipotecas e planos poupança reforma. Por último, são necessários conhecimentos mais especializados e concretos como a gestão de carteiras de activos e de produtos derivados. Para estes dois últimos níveis, é sempre necessário o acompanhamento por profissionais.

Ilustração 4 Informação Financeira Necessária – por níveis
 Fonte: adaptado de New Zealand Network for Financial Literacy (2010)

2.2.1 Literacia da Dívida

Dentro do tema de literacia financeira temos também a “literacia da dívida” (Lusardi & Tufano, 2008), expressão que designa a capacidade para tomar decisões simples relativas a contratos de dívida, especialmente, conhecimentos básicos sobre juros compostos medidos no contexto do quotidiano. O estudo elaborado por Lusardi e Tufano (2008) demonstra que a Literacia da Dívida é baixa, sendo que esta está correlacionada com a experiência financeira e com o grau de endividamento dos indivíduos. Os menos literados tendem a ter taxas de endividamento mais altas e demonstraram ser incapazes de avaliar qual o seu próprio grau de endividamento, enquanto as pessoas com baixos rendimentos tendem a ter empréstimos mais caros, com taxas mais elevadas (Lusardi & Tufano, 2008).

A literacia é especialmente baixa em certos grupos demográficos tais como as mulheres, idosos, minorias e pessoas de baixo rendimento. Os idosos tendem a pensar que sabem mais do que realmente conhecem, o que pode ser um indício do motivo pelo qual este grupo etário é mais susceptível à fraude e violência financeira⁴ (Lusardi & Tufano, 2008).

⁴ Qualquer prática que visa a apropriação ilícita do património de uma pessoa, podendo ser realizada por familiares, profissionais e instituições.

O excesso de confiança nos conhecimentos financeiros adquiridos pode, de facto, ser um problema. Como se pode ler no estudo da OCDE (2006), na Austrália, 67% dos inquiridos afirmaram que sabiam o significado de juros compostos, mas apenas 28% conseguiram acertar na resposta correcta quando este termo foi usado no contexto de um problema.

2.2.2 Exclusão Financeira

A exclusão do sistema financeiro pode originar custos e problemas de segurança na gestão de *cash-flows* e pagamentos dos bancos, sendo que o próprio crédito de curto prazo está vedado a não utilizadores (Chant Link & Associates, 2004). Por este motivo, a Exclusão Financeira - a ausência de acesso a produtos financeiros, tais como os serviços financeiros - torna os indivíduos vulneráveis, causando graves consequências para a própria sociedade. Por sua vez, estas situações podem levar as pessoas a procurar financiadores ou formas de pagamento menos lícitas como é o caso dos agiotas e "*payday lenders*"⁵.

O desemprego, a pobreza, as doenças de longo prazo e os baixos níveis de escolaridade estão normalmente na origem da exclusão financeira (Chant Link & Associates, 2004). No que se refere à exclusão financeira de longo prazo, a iliteracia financeira, bem como a má formação em relação ao crédito e as poupanças, foram detectados como os principais factores. A influência da literacia financeira na exclusão financeira tem sido estudada, mas os resultados foram muito vagos. No caso português, segundo o Inquérito à Literacia Financeira da População Portuguesa realizado em 2010 pelo Banco de Portugal, 11% dos inquiridos não possuíam conta bancária, sendo que 29% dos que tem conta bancária, não possuem mais nenhum produto financeiro (Banco de Portugal, 2010b).

No entanto, há que ter em conta os objectivos do Decreto-Lei n.º 27-C/2000, de 10 de Março, alterado pela Lei n.º 19/2011, de 20 de Maio, sobre a legislação dos serviços mínimos bancários para a promoção da inclusão bancária. Este diploma limita o custo anual cobrado pelas instituições bancárias pela disponibilidade de uma conta à ordem e um cartão de débito. Contudo, segundo a SEFIN⁶, esta legislação é pouco conhecida por aqueles que dela mais poderiam beneficiar.

É de notar que a literacia financeira apenas pode garantir que os indivíduos tomem decisões informadas, não podendo, por si só, garantir que essas decisões sejam as mais assertivas. A

⁵ "*payday lenders*" são pessoas ou entidades que fazem empréstimos de curto prazo até ao próximo dia em que o cliente recebe o ordenado. As críticas a este serviço recaem sobre as altas taxas aplicadas.

⁶ Associação Portuguesa dos Utilizadores e Consumidores de Serviços e Produtos Financeiros

literacia financeira deverá ser vista então como um meio para a concretização de boas escolhas, não um fim em si mesmo (Willis, 2008).

2.3 Níveis de Literacia Financeira

Existem vários artigos publicados com o intuito de medir os níveis de literacia da população tentando encontrar uma relação entre grupos demográficos, tais como os de baixos rendimentos, nível de escolaridade, idade e sexo.

Os estudos efectuados pela OCDE (2006) revelaram que o nível de educação financeira é baixo na maioria dos países. Por exemplo, no Japão, 71% dos adultos não sabiam nada sobre investimentos em activos e acções (OCDE, 2006), sendo que nos Estados Unidos e na Coreia os alunos da escola secundária falharam num exame sobre a forma como gerir o cartão de crédito.

Lusardi e Mitchell (2007) demonstraram que muitas famílias chegam ao final da sua vida activa com baixos valores de poupança. O nível de rendimentos e o nível de escolaridade encontra-se relacionado com esta realidade. Demonstrou-se também que as mulheres e os idosos são aquelas que mais sofrem de iliteracia financeira, revelando baixos níveis de educação financeira (Lusardi, 2004). Todavia o grupo mais afectado é as mulheres idosas (Lusardi & Mitchell, 2008).

De forma resumida, o *ANZ 2008 Financial Literacy Survey*, supervisionado por um comité que incluiu representantes da ANZ, ASIC⁷ e do *Victorian Consumer Credit Legal Service*⁸ demonstrou que os menores níveis médios de literacia financeira estão normalmente associados com:

- Baixos níveis de escolaridade, isto é, pessoas com dez⁹ ou menos anos de escola;
- A principal fonte de rendimento provém de subsídios do Estado ou de trabalhos não qualificados;
- Rendimento familiar abaixo de US \$25.000 por ano;
- Pessoas em ambos os extremos do perfil de idade (menos de 24 anos ou mais de 70);
- Mulheres, especialmente as que estão acima dos 70 anos de idade;

⁷ *Australian Securities and Investments Commission* – Entidade reguladora da Bolsa e Serviços Financeiros da Austrália.

⁸ Entidade de protecção dos direitos do consumidor em Victoria – Austrália

⁹ Escolaridade mínima obrigatória na Austrália

- Pessoas que falam uma língua diferente do Inglês¹⁰ em casa;

Existe uma diferença acentuada nos níveis de literacia financeira entre os mais alfabetizados e os menos alfabetizados financeiramente. Segundo o relatório da ANZ (2008), a maioria das pessoas no grupo de menor literacia financeira é responsável pela gestão financeira do seu agregado, no entanto, o seu comportamento demonstra algumas falhas, tais como:

- Maior exposição ao risco com menor utilização de seguros e de baixos níveis de compreensão da relação entre risco e retorno;
- Menor uso de formas rentáveis de transaccionar;
- Menor pesquisa de mercado por parte destas pessoas para obter a melhor oferta;
- Poucas pessoas tomam medidas para minimizar os seus custos bancários diários;
- Menor consciência de que o titular do cartão de crédito é o principal responsável por toda a dívida no cartão.

No caso português, no inquérito realizado pelo Banco de Portugal (2010b) foi apurado que cerca de 35% dos entrevistados escolheram o seu banco por recomendação de familiar ou amigo e 23% pela proximidade de casa ou do local de trabalho. Quanto à gestão da conta bancária, 40% dos entrevistados afirmam desconhecer as comissões que o banco cobra pela conta e 22% daqueles que detêm empréstimos não sabem o valor da taxa de juro que estão a pagar.

Voltando a referir o relatório elaborado pela ANZ (2008), existem também algumas áreas de gestão de dinheiro e produtos financeiros que não são tão bem compreendidas como deveriam ser:

- Muitos consumidores não compreendem alguns aspectos fundamentais de investimento, incluindo o risco, o retorno e a importância de diversificar investimentos;
- Muitos consumidores não entendem que uma seguradora pode recusar um pedido se as perguntas que esta faz não são respondidas com precisão;
- Quase uma em cada duas pessoas que tem reforma ou não leram suas condições ou leram, mas dizem que são muito difíceis de entender;

¹⁰ Língua oficial na Austrália

Com base nestes estudos, foram implementados os respectivos programas de literacia financeira pela ANZ, descritos posteriormente no presente trabalho. A ANZ tem usado os resultados das suas pesquisas sobre a alfabetização financeira para melhorar as suas próprias operações e práticas de negócios e aumentar seu quadro de programas de literacia financeira. Por isto, estes estudos são uma referência, tanto pelas informações reveladas como pela forma como essa informação foi utilizada para o combate à iliteracia financeira na Austrália.

Todavia, Mandell (2006a) afirma que alguns estudiosos declararam que a falta de literacia financeira pode contribuir para um aparente comportamento irracional dos mercados financeiros, no entanto, não foi realizado nenhum estudo para provar esta afirmação, sendo que apenas permanece como uma ideia empírica.

2.4. Impactos dos Programas de Educação Financeira

Segundo Lusardi (2008), não existe apenas uma fórmula para a erradicação da iliteracia financeira por completo. Da mesma forma que a analfabetismo não foi erradicado em alguns meses de formação, o “analfabetismo financeiro” não será erradicado num só programa de literacia financeira. Note-se ainda que os programas de educação financeira não vão formar os alunos que frequentam estas aulas em investidores sofisticados, mas será esperado que o seu comportamento financeiro seja mais responsável e eficiente.

Na figura que se segue é exemplificada a relação entre os programas de educação financeira, a educação financeira e os impactos sociais e institucionais destas (Sebstad, Cohen, & Stack, 2006).

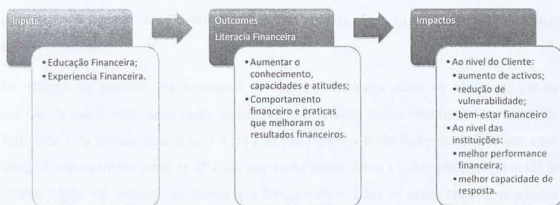


Ilustração 5 Quadro sobre a avaliação de resultados e impactos da Educação Financeira Fonte: adaptado de (Cohen, Sebstad and Starck. 2006)

O quadro define a *Educação Financeira* como *input*, este inclui os programas de formação, os seminários, as campanhas e outros tipos de eventos de aprendizagem. A Educação Financeira é o *input* variável neste esquema, pois os comportamentos esperados são definidos na

concepção da própria Educação. Outros factores relevantes são a definição do público-alvo e a definição da relevância dos programas na vida do público-alvo.

A *Experiencia Financeira* também desempenha um papel fundamental na formação financeira com a aquisição de conhecimentos (Abreu & Mendes, 2006). Isto inclui o que as pessoas aprendem informalmente sobre gestão do dinheiro através dos amigos, pais e outros membros da família, colegas e professores ou mesmo através da observação de casos.

Os resultados ou “*outcomes*” consequentes da combinação destes dois factores, têm como finalidade a própria Educação Financeira.

Consequentemente, a literacia financeira tem impactos a nível social e institucional. Ao nível do cliente, ao longo do tempo, melhora o seu conhecimento financeiro contribuindo desta forma para o aumento de activos¹¹. Estes activos fornecem o soma de riqueza financeira, física, humana e social necessária na diminuição da vulnerabilidade dos indivíduos face aos problemas e melhoria do seu bem-estar e das famílias. Desta forma, pretende-se que a literacia financeira seja um meio para permitir que as pessoas não se endividem de modo excessivo e saibam controlar os seus gastos (CNSF, 2011).

Lusardi (2008) concluiu que o maior impacto resultante dos programas de educação financeira foi o aumento da adesão a planos de poupança de reformas. Por exemplo, 5 anos após de um determinado grupo de alunos ter frequentado um curso de finanças pessoais, verificou-se que estes alunos não apresentaram melhores conhecimentos do que outros indivíduos que não frequentaram este tipo de cursos, sendo que os alunos não demonstraram qualquer impacto positivo quer sobre a sua literacia financeira, como nas suas atitudes e comportamentos (Mandell, 2006a).

Em relação ao impacto dos programas de literacia financeira sobre os alunos da escola secundária que tiveram aulas neste sentido, estes revelaram pouco interesse nesta temática. Este facto está correlacionado com a falta da sua independência financeira dos jovens com idades compreendidas entre os 17 e 18, que ainda vivem sobre a tutela parental (Mandell & Kermit, 2009). No entanto, os alunos que frequentaram aulas de sobre literacia financeira tendem a ter taxas de poupança mais elevadas (Mandell, 2009). Estes resultados sugerem que estes cursos podem causar uma mudança de atitudes, mas que não necessariamente relacionados com literacia por si só.

¹¹ Activos - Todo o dinheiro e bens pertencentes a uma pessoa ou empresa

Contudo, no estudo realizado por Mandell (2001), foi evidenciado que os alunos consideram que os factores que estão na causa das suas dificuldades financeiras são da sua responsabilidade por não saberem o suficiente para gerirem o seu próprio cartão ou não terem poupado o suficiente e apenas 8,6% responderam que resultavam de situações totalmente fora do seu controlo.

Outra questão desmistificada foi a crença de que o sistema de mesada para os filhos, as conversas sobre o sistema financeiro ou a gestão de acções por parte dos alunos levam a que estes demonstrem mais conhecimentos do que aqueles que nunca tiveram acesso a estas experiencias (Mandell, 2001). Isto é, nem todas as experiências com produtos financeiros são sinónimos de uma melhoria significativa para os alunos. No entanto, há que destacar a influência dos jogos online de simulação de Bolsa que, dada a diversão do mesmo, estimula o interesse e aumenta os níveis de literacia (Mandell, 2009).

É nestes estudos que se verifica a falta de motivação da população para a literacia financeira está intrínseca. Esta mesma falta de motivação apenas é contornada quando as aspirações e ambições de alguns são suficientemente fortes para tomarem uma atitude. É assim evidente que a eficiência dos programas de literacia financeira se prende com o grau de motivação das pessoas envolvidas (Mandell & Klein, 2007).

Um bom exemplo da afirmação do parágrafo anterior é a formação dada aos trabalhadores nas empresas. Estes têm mostrado resultados positivos, principalmente para os indivíduos de baixos rendimentos ou baixa escolaridade. Os efeitos estimados são consideráveis, a riqueza destes indivíduos teve um aumento 18% (Lusardi, 2008). Acredita-se que o carácter voluntário destes cursos pode estar na origem do sucesso deste programa, pois quem os frequenta é porque está interessado na informação que irá ser fornecida (Mandell, 2008).

Por último, é de referir que a instrução financeira fornecida em determinado momento de vida específico ou de decisões financeiras, tais como a compra de uma casa ou abertura de uma conta poupança, pode aumentar o impacto e importância desta mesma formação. Muitas vezes referida como educação "*just-in-time*"¹², esta abordagem fornece informações específicas e relevantes, podendo ser aplicadas no curto prazo (Mandell, 2006b).

Mandell (2008) defende que este não é um meio eficaz, visto os "educadores" serem muitas das vezes os fornecedores de serviços de seguros e bancários. No entanto, formação "*just-in-*

¹² Informação/formação dada ao cliente quando este necessita dela, ou seja, num momento relevante e cuja aplicação seja imediata.

time” demonstrou ser mais eficaz que a educação financeira geral (Mandell, 2006b). Isto é, os alunos têm mais interesse em captar e a reter a informação financeira quando têm de tomar decisões imediatamente relevantes.

2.5 Plano Nacional de Formação Financeira

Em Portugal, o projecto de educação financeira ainda esta numa fase embrionária, no entanto, apesar de recente, a publicação do Plano Nacional de Formação Financeira revela a necessidade de melhorar os conhecimentos e atitudes financeiras da população portuguesa. A promulgação deste propósito comprova os estudos apresentados nos subcapítulos anteriores.

Em Maio de 2011, foi publicado pelo Conselho Nacional de Supervisores Financeiros (CNSF) – constituído pelo Banco de Portugal, Comissão dos Valores Mobiliários (CMV) e Instituto de Seguros de Portugal - as linhas de orientação para o Plano Nacional de Formação Financeira em Portugal. Com a publicação do PNFF demonstra-se a crescente importância que o tema tem revelado.

O PNFF assume um horizonte temporal de cinco anos, abrangendo o período de 2011 a 2015 e tem como objectivos a melhoria dos conhecimentos e atitudes financeiras, o apoio da inclusão financeira, o incentivo aos hábitos de poupança, aos hábitos de precaução e a promoção do recurso responsável ao crédito. Está assim previsto o lançamento de um plano nacional que tem em conta as necessidades específicas de cada segmento da população, pelo que serão desenvolvidos programas específicos

Inquéritos à Literacia Financeira

- O inquérito realizado pelo Banco de Portugal (2010) revelou necessidades de Educação Financeira em diversas áreas;
- Os inquéritos efectuados pela CMVM ao perfil do investidor particular português apontam a necessidade de incrementar as iniciativas de formação dos actuais e potenciais investidores, por revelarem um crescimento do número de pessoas com menor escolaridade e menores rendimentos.

Reclamações e Pedidos de Informação dos Consumidores

- parte significativa destas reclamações não foram observados indícios de infracção por parte das instituições de crédito, o que poderá indicar, por parte dos consumidores, uma percepção errada relativamente à matéria em causa, aos seus direitos e à responsabilidade das instituições de crédito.

Indicadores de Endividamento

- o nível de endividamento das famílias portuguesas tem registado, nos últimos anos, cerca de 130 % do rendimento disponível.
- A partir de 2007, houve um aumento do rácio de crédito vencidos no crédito de habitação, consumo e cobrança duvidosa.

Indicadores de Poupança

- Em 2009, a poupança das famílias aumentou para cerca de 11 % do rendimento disponível.
- No entanto, em 2009, a UE tem uma taxa de poupança de 13,2%, a Alemanha regista uma taxa de 17,2 e Espanha de 18%.

Ilustração 6 Indicadores de Literacia Financeira em Portugal. Fonte: CNSF (2011)



para os alunos do básico e do secundário, alunos universitários, trabalhadores, grupos vulneráveis¹³ e população em geral.

O Plano Nacional de Formação Financeira explicita a necessidade desta intervenção dada informação de certos indicadores publicados pelo Banco de Portugal e CMVM. Pode-se constatar, pelo resumo demonstrado nos quadros apresentados, que estes factores sugerem a importância de formação das famílias em áreas relacionadas com o orçamento, a avaliação da capacidade financeira e a sensibilização para o risco do sobreendividamento.

Este plano pressupõe também algumas medidas para a avaliação dos projectos a serem lançados, apesar das dificuldades na avaliação destes programas dado que o conceito de formação (por oposição a informação) pressupõe não só a aquisição de conhecimentos mas também a forma como estes influenciam atitudes e comportamentos. Assim sendo, é proposto a análise de índices de inclusão financeira (verificação de quantas pessoas têm conta bancária), índices de hábitos de poupança e de endividamento das famílias (taxas de poupança e endividamento), a verificação das reclamações e pedido de informações financeiras a entidades reguladoras, a realização de estudos econométricos, comparação com grupos de controlo e por último, a realização de um inquérito à literacia financeira dos portugueses em 2015 (CNSF, 2011).

A apresentação das principais linhas de orientação do PNFF pretende sensibilizar a sociedade para a importância da literacia financeira e suscitar a manifestação de interesse de entidades, públicas e privadas. O CNSF (2011) defende que o sucesso da implementação do PNFF depende do envolvimento de um amplo e diversificado conjunto de entidades.

2.6 Síntese

Para a aplicação eficiente de um programa de literacia financeira, temos de ter em causa um conjunto de factores que devem ser satisfeitos.

Em primeiro lugar, está a própria motivação das pessoas para a formação. Nos EUA a formação financeira em período escolar não foi considerada suficientemente motivadora dado que os alunos não tinham que tomar decisões financeiras relevantes (Mandell, 2006a), mas noutros países, como na Austrália (ANZ, 2008), os resultados foram distintos. Deduz-se que o sucesso da aplicação de um programa de literacia tem a ver com a própria cultura da população. Outra causa para a desmotivação é o próprio desconhecimento da importância da educação

¹³ Desempregados, imigrantes, reformados com baixos níveis de rendimento e os jovens sem escolaridade obrigatória.

financeira. Poucos sabem avaliar qual o impacto da elaboração de um orçamento familiar e como a sua gestão influencia as decisões pessoais e futuras (Lusardi & Mitchell, 2007).

Após este primeiro factor-chave segue-se a aquisição de informação financeira que deverá ser logo seguida pela compreensão/explicação dos sistemas económicos e financeiros. A compreensão financeira não pode ocorrer sem a aquisição de conhecimento, sendo que a própria informação financeira é desnecessária se não houver compreensão da mesma.

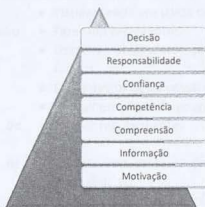


Ilustração 7 Pirâmide de factores (autor)

Ultrapassados estes factores, deve-se desenvolver a competência e a confiança para que os indivíduos *procurem* escolhas acertadas. O termo “procurar” não foi escrito em vão. Os indivíduos devem ser capazes de entender qual o seu nível de educação financeira e procurar especialista na área para tomar decisões. Nesta fase, a competência e confiança podem não só confundir-se como levar a erros crassos. Isto é, o excesso de confiança pode levar a acreditar que a competência do indivíduo para temas financeiros seja maior do que realmente é (Willis, 2008). O indivíduo deverá ter a confiança, não para avançar sem aconselhamento, mas a confiança em si mesmo para saber quando precisa de consultar um especialista.

A consciencialização das responsabilidades que as decisões de cada acarretam é um dos pontos mais importantes. Sem a responsabilização dos credores e devedores, o sistema financeiro não funcionaria. Como já foi referido, uma das partes fulcrais é a consciencialização da importância da educação financeira na tomada de decisões, implicitamente também está presente a necessidade de consciencialização da responsabilidade que os nossos actos acarretam na vida económica das outras pessoas e entidades.

Por último, após os factores anteriores estarem ultrapassados, o indivíduo deverá ser apto para tomar decisões financeiras, responsáveis, competentes e confiantes.

Concluimos igualmente que a literacia financeira abrange um grande leque de temas financeiros tais como a poupança, o risco, os seguros e as despesas. Os autores Cohen, Sebstad e Stack (2006) elaboram um quadro onde sintetizam as cinco áreas temáticas sobre as quais os programas de literacia se devem debruçar:

Tabela 1 Comportamentos financeiros desejados (Cohen, Sebstad and Starck. 2006)

Área Temática	Exemplos de comportamentos actuais	Exemplos dos comportamentos esperados
Planeamento	<ul style="list-style-type: none"> • Viver dia-a-dia; • Comportamento financeiro reactivo; • Pouco planeamento financeiro. 	<ul style="list-style-type: none"> • Planear tendo em conta os gastos; • Fazer um orçamento; • Usar o orçamento para gerir fundos.
Poupança	<ul style="list-style-type: none"> • Gastos extravagantes; • Poupanças irregulares; • Inexistência de metas de poupança. 	<ul style="list-style-type: none"> • Evitar gastos desnecessários; • Possuir um plano de poupança; • Poupar regularmente.
Gestão de Dívidas	<ul style="list-style-type: none"> • Poupar para situações de emergência; • Sobre-endividamento; • Pedir emprestado sem ter a certeza dos termos e condições. 	<ul style="list-style-type: none"> • Manter uma conta poupança para emergências; • Fazer um plano para reduzir dívidas; • Evitar endividamento excessivo; • Pedir emprestado com pleno conhecimento de termos e condições.
Negociações Financeiras	<ul style="list-style-type: none"> • Posição negocial fraca nas relações financeiras; • Controlo limitado das mulheres sobre o seu próprio rendimento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Negociar por aquilo que se quer; • Tomar uma atitude activa sobre a gestão dos seus próprios fundos.
Serviços Bancários	<ul style="list-style-type: none"> • Conhecimento limitado sobre serviços bancários; • Uso limitado dos serviços bancários. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ter conhecimento das opções financeiras e dos termos e condições; • Utilizar os serviços bancários para atingir metas financeiras.

3.1 Os Serviços Bancários

Os serviços bancários são um dos principais pontos de contacto entre o consumidor e o sistema financeiro. No entanto, a maioria dos consumidores não utiliza plenamente os serviços bancários disponíveis. Segundo o Banco de Portugal (2006), apenas 10% dos consumidores utilizam todos os serviços bancários disponíveis. Esta situação pode ser explicada por vários factores, incluindo a falta de conhecimento sobre os serviços disponíveis, a falta de tempo ou a falta de recursos financeiros para utilizar esses serviços. Além disso, a complexidade dos procedimentos bancários pode ser uma barreira para muitos consumidores. No entanto, é importante que os consumidores tenham acesso a serviços bancários adequados para gerir as suas finanças pessoais e alcançar os seus objectivos financeiros.

Uma das principais razões para a baixa utilização dos serviços bancários é a falta de conhecimento sobre os serviços disponíveis. Muitos consumidores não sabem quais os serviços que podem utilizar ou como utilizá-los. Por exemplo, muitos não sabem que podem solicitar um empréstimo ou uma linha de crédito através do banco. Além disso, muitos não sabem que podem utilizar os serviços bancários através de canais digitais, como o Internet Banking ou o Mobile Banking. Portanto, é importante que os bancos e as instituições financeiras forneçam informações claras e acessíveis sobre os serviços disponíveis e como utilizá-los.

3. Literacia Financeira e os Bancos

No presente capítulo e no seguimento da tese, será analisada a relação e os impactos da literacia financeira na actividade das instituições bancárias. Para esse efeito, numa primeira parte, serão identificados os problemas de literacia financeira no público-alvo dos bancos e na própria diversificação de carteiras.

Posteriormente, será exemplificada a relação comercial entre os bancos e os seus clientes com a finalidade de perceber quais os valores em causa nesta relação bilateral. De seguida, refere-se a relação entre os bancos e a educação financeira e como a responsabilidade social dos bancos está envolvida neste tema.

Mais tarde, será exposto como a promoção da educação financeira pode fortalecer a relação entre cliente e o banco, melhorar a utilização do sistema bancário da parte dos clientes, e aumentar a eficiência do funcionamento operacional das infra-estruturas bancárias, reduzindo assim o risco reputacional.

Por último, remete-se para a aplicação da Directiva Comunitária dos Mercados de Instrumentos Financeiros, implementada desde 2007, com vista a melhorar a informação e a proteger os clientes bancários. Esta abordagem tem como intuito demonstrar os esforços realizados pelas organizações internacionais para fazer face à iliteracia financeira, mas também verificar se esta directiva é capaz de, por si só, colmatar as deficiências detectadas na população referidas no capítulo anterior.

3.1 Os Clientes Bancários

Os consumidores não têm apenas que enfrentar um mercado mais complexo, mas também a entrada de novos serviços financeiros que nem sempre têm o seu melhor interesse em conta. Como resultado, na maior parte das vezes, as pessoas que têm mais a perder são aquelas que se vêem presas num ciclo de dívidas do qual se torna difícil de sair (Servon & Parrish, 2006). Assim, os indivíduos não estão acostumados com o sistema bancário, o que as leva a desconfiar do próprio sistema financeiro e preferem consultar um amigo para obter informações, o que pode limitar as pessoas para obterem uma boa resposta (Servon & Kaestner, 2008).

Em Portugal, através do Inquérito à Literacia Financeira, verificou-se que 35% dos inquiridos responderam que, o que levou a escolher o seu banco, foi a recomendação de um amigo, 23% pelo factor de proximidade de sua casa ou trabalho e apenas 9% pelas remunerações da conta e custos associados (Banco de Portugal, 2010b).

Servon e Kaestner (2008) publicaram um estudo sobre a fragilidade dos bancos em providenciar educação financeira e a dificuldade de providenciar essa formação às famílias de baixo rendimentos. Estas famílias não tem muito acesso ao sistema financeiro dado os seus baixos rendimentos e falta de informação financeira. Muitos têm apenas uma conta bancária, recorrendo por vezes a serviços financeiros com taxas elevadas e rácios de dívida desproporcionados face aos seus rendimentos.

Segundo um estudo da *Fidelity International* (2007) sobre o comportamento dos clientes bancários de 8 países europeus (Alemanha, França, Espanha, Holanda, Itália, Portugal, Reino Unido, Suécia), verificou-se que os portugueses são aqueles que menos têm intenções de fazer um Plano Poupança Reforma, no entanto, são o segundo país onde se observa uma maior preocupação com o tema da aposentação e aquele onde os inquiridos revelam estar menos informados sobre o tema.

O papel da integração dos bancos no processo de educação financeira passa vários objectivos, tais como informar e aconselhar sobre aos produtos e serviços financeiros mais adequados para as necessidades do cliente, incentivar as pessoas a optarem pelas soluções apresentadas por instituições financeiras credenciadas, a inclusão bancária, a formação dos seus colaboradores e funcionários para que estejam aptos a responderem as necessidades dos clientes, a colaboração com os clientes para que superem o endividamento e a contribuição para uma sociedade financeiramente saudável.

3.2 A Diversificação de Carteiras

Segundo a Teoria dos Mercados Eficientes, os preços dos títulos devem reflectir toda a informação disponível. Logo, os investidores e empresas apenas deveriam pagar e receber os valores justos dos títulos que transaccionam. Assim, os mercados financeiros são tão mais eficientes quando mais informados sejam os seus agentes. O pânico bancário, as actividades financeiras fraudulentas e o crédito mal parado, são exemplos da incapacidade individual de gestão (Abreu & Mendes, 2006). Alguns estudos revelam que a falta de alfabetização das famílias dificulta a participação no mercado de acções (Lusardi, Van Rooij, & Alessie, 2007).

Mais de dois terços dos investidores portugueses revelaram que os baixos conhecimentos financeiros se reflectem na sua gestão de carteiras (Abreu & Mendes, 2006). Em Portugal, um investidor tem na sua carteira, em média, 2,6 activos/títulos/emittentes, cujas medianas são dois. Isto é, existe um número significativo de pessoas com apenas um título, sendo que apostam mais nos activos com maior liquidez (Abreu & Mendes, 2006). No entanto, verificou-se que o factor predominante sobre a diversificação das carteiras dos investidores, prende-se

com o seu nível de conhecimentos. Factores como o risco ou a quantidade de vezes que transaccionam o activo, não estão correlacionados com a literacia (Abreu & Mendes, 2006).

Neste sentido, o papel das instituições financeiras é essencial, pois muitos dos investidores procuram o aconselhamento junto do seu banco ou gestor no sentido de ter uma opinião especializada e de confiança. Contudo, alguns estudos revelaram que os investidores que se informam não têm um comportamento mais acertado do que aqueles que não o fazem, pois a forma como interpretam essa informação pode variar (Abreu & Mendes, 2006). A formação dos clientes torna-se assim necessária para uma eficiente comunicação e interacção entre o banco e os seus clientes.

3.3 Relação Comercial entre Bancos e Clientes

Qualquer empresa sabe que o mais importante é manter uma boa relação com os seus clientes. O cliente é o centro das atenções dos bancos, tentando conhecer cada cliente a fundo, compreender as suas necessidades e criar com ele uma relação saudável. Deve-se, portanto, criar uma relação de parceria com confiança mútua, desenvolvendo esforços para uma relação saudável e duradoura. Com o conhecimento sobre os hábitos e costumes do cliente pode-se antever a qualquer acção, correspondendo as suas expectativas e fazendo-se presente em seu quotidiano.

O cliente espera do banco uma imagem de confiança, estabilidade, rigor e maturidade profissional. Um cliente bem atendido, que vê as suas necessidades e expectativas satisfeitas tendem a criar um maior laço com a empresa, entendendo que as empresas se adaptam a eles para oferecer os seus produtos e serviços.

Por sua vez, o banco espera lealdade dos seus clientes, tanto nos serviços que estes prestam como ao corresponderem com os votos de confiança depositados. No entanto, para o banco, dado a quantidade de cliente, torna-se difícil pautar a sua relação com cada cliente de forma justa. O banco não procura uma relação de um dia, mas sim uma relação duradoura e contínua. No esquema representado a seguir, é exemplificado como um banco pode classificar o grau de confiança que tem sobre os clientes.

O esquema representado a seguir foi baseado nas definições publicadas por Manuel Teles Fernandes (2007) referentes ao "Modelo dos Alinhamentos e dos Paradoxos", em que utiliza varios tipo de arquétipos para definir a estratégia de negocio de um sector. Este esquema é apresentado neste trabalho para demonstrar uma das possiveis estratégias adotadas pelos bancos na sua realação com o cliente. No caso do sector bancário, é de esperar que para cada

tipo de cliente seja utilizada uma estratégia de negócio distinta, dependente do seu grau de proximidade face ao banco. Os factores utilizados para definição do grau de confiança sobre os clientes são o Valor Investido e o Número de Produtos Adquiridos.

O cliente “Latão” é aquele que apenas tem um ou dois serviços bancários, como uma conta a ordem e um cartão de débito. Estes clientes são considerados de maior risco, visto que não possuem um grande vínculo com o banco. Esta designação é normalmente utilizada para clientes novos, ou de baixos rendimentos. O cliente “Ouro” é aquele que tem algumas aplicações de valores elevados, no entanto, o mesmo não possui produtos de baixo risco.

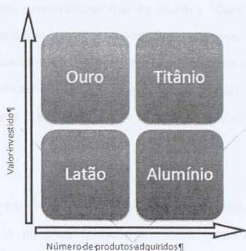


Ilustração 8 Relação do Banco com os clientes (autor)

O cliente “Alumínio” tem mais aplicações, tipo, conta bancária a prazo, domiciliação de ordenado e cartão de crédito. Pode também possuir outros produtos, como por exemplo créditos ao consumo, no entanto, geralmente estes clientes não tem grandes valores acumulados.

Tanto o cliente “Ouro” como o “Alumínio”, têm boas relações com o banco, mas o produtos que detêm, sendo de rápida liquidez, conferem alguma confiança ao banco, mas não completa.

Os clientes “Titânio” são clientes com uma excelente relação com o banco, normalmente possuem, para além dos produtos adquiridos pelos “Ouro” e “Alumínio”, um crédito habitação e/ou aplicações. Estes clientes são aqueles sobre os quais o banco mais aposta. Trata-se de um relacionamento mais sólido e consistente.

No entanto, esta classificação de clientes, quando observada pela óptica da Literacia Financeira, levanta algumas reflexões. Segundo o que já foi referido no primeiro capítulo, a abertura de uma conta bancária – posição Latão - é o primeiro passo para a diminuição da Exclusão Bancária, no entanto, o mesmo não é sinónimo de que o cliente tenha adquirido conhecimentos financeiros suficientes para a sua evolução financeira.

Ao longo do capítulo anterior foi referido que factores como a experiência financeira, o rendimento, conhecimentos, atitudes e perfil de risco, influenciam o indivíduo nas suas opções

financeiras o que pode influenciar o seu grau de envolvimento com o banco e os produtos e serviços financeiros que adquire. Deste modo, pode-se considerar que os clientes “Ouro”, “Alumínio” e “Titânio” são clientes melhor informados e conhecedores das vantagens e desvantagens dos produtos que possuem. Mas o que importa examinar neste modelo são os factores que estão na base da alteração de classificação, isto é, o que pode influenciar a passagem de um cliente “Latão” para outra categoria e até que ponto a Literacia Financeira pode influenciar esta passagem.

3.4 A Educação Financeira e os Bancos

A alfabetização financeira é um tema de relevância em todos os mercados da banca a retalho (WSBI, 2007). Nos países em desenvolvimento, o nível de literacia financeira, embora crescente, ainda é baixo, sendo que as razões deste se prendem com a falta de informação e educação sobre questões de dinheiro e reservas em conjugação com o sector bancário formal (WSBI, 2007). As intervenções neste âmbito têm-se multiplicado entre os agentes do sistema bancário, tais como a WSBI (*World Saving Banks Institute*), a EBF (*European Banking Federation*).

O WSBI (2009) defende que, para além dos Governos, as Instituições Financeiras também tem um papel importante para educar as pessoas sobre os assuntos financeiros. Embora seja da responsabilidade dos governos e das instituições públicas dar orientações e prestar o apoio às estratégias de educação financeira, as instituições financeiras, podem e devem estar envolvidas na realização destes projectos dada a sua proximidade aos clientes, ajudando na contribuição e desenvolvimento de projectos específicos. O WSBI (2009) confia que a difusão da literacia financeira trará um sistema financeiro mais eficiente e mais funcional para todos os intervenientes no mercado.

A nível institucional, a literacia financeira, deve contribuir para um melhor desempenho financeiro (por exemplo, o crescimento da carteira, as taxas de reembolso, a sustentabilidade operacional e financeira) e da rentabilidade (retorno sobre activos e património líquido). Uma maior interacção das pessoas com as instituições financeiras pode levar ao desenvolvimento de produtos e serviços mais adequados às suas necessidades e oportunidades. Isso faz parte do processo de desenvolvimento do mercado. No longo prazo, acredita-se que os clientes mais informados e consumidores de serviços financeiros podem contribuir para uma maior competitividade dos mercados financeiros (Sebstad, Cohen, & Stack, 2006).

O apoio das instituições financeiras na educação financeira passa por várias áreas relacionadas directamente com a própria actividade, tais como as sugestões referidas pelo *Office of the Comptroller of the Currency*¹⁴ (2010):

- A formação de conceitos e serviços financeiros básicos com vista a dar a conhecer as definições de termos, o planeamento financeiro e a percepção do funcionamento do sector bancário;
- A gestão de crédito que permite que os indivíduos corrijam os seus erros de gestão passados e que saibam gerir o seu futuro;
- Aconselhamento na compra de casa preparando os clientes para aquilo que é muita das vezes o maior e o mais longo investimento;
- Instrução que visa reconhecer e evitar empréstimos fraudulentos ou abusivos o que pode proteger os indivíduos em risco de perder os seus bens e identificar a obtenção de produtos de crédito impróprio;
- Assistência a pequenas e micro empresas de forma a fornecer conhecimentos sobre negócios aos empresários.

A Banca sempre teve um papel importante na economia, uma vez que tem a função de canalizar a poupança para o investimento, de transformar recursos de curto prazo em empréstimos de longo prazo, de desenvolver produtos e apoiar as melhores formas de constituir poupanças para os seus clientes, entre outros. Para atingir este objectivo a formação tanto dos clientes como dos funcionários das próprias instituições é crucial. É importante perceber que a prestação de um serviço financeiro de qualidade é baseada nas pessoas que o prestam e nas suas competências técnicas e pessoais.

3.5 Responsabilidade Social das Instituições Financeiras

Tem-se assistido ao investimento na responsabilidade social das empresas, pois trata-se da integração voluntária de preocupações sociais e ambientais nas suas operações e na sua interacção com todas as partes interessadas. Trata-se de contribuir, de forma positiva, para a sociedade.

¹⁴ Divisão independente do Departamento do Tesouro dos EUA.

A contribuição para a melhoria das condições de vida, o apoio ao desenvolvimento económico local e a contribuição para uma maior coesão social a nível local é uma parte integrante da sua identidade tornando-se parte do compromisso dos bancos nas comunidades em que actuam.

O desenvolvimento de produtos como o micro crédito, a transparência e formas de gestão, a formação das forças de trabalho e aprendizagem ao longo da vida, acções específicas de apoio financeiro às PME, acções de sensibilização sobre responsabilidade social, a introdução de critérios éticos nos mercados financeiros, etc., são algumas das medidas que ajudam os bancos a interagir com a sociedade em que estão inseridos. É neste contexto que é possível assistir ao desenvolvimento de abordagens abrangentes e equilibradas para actividades bancárias responsáveis e sustentáveis, cada um no seu próprio ritmo e com as suas próprias prioridades (WSBI, 2007).

Ao mesmo tempo, os bancos não são susceptíveis de conduzir e financiar estas intervenções, a menos que se acredite que haja um retorno para o fazer. Desta forma, os bancos incorporam os *stakeholder* no seu modelo, procurando, ao mesmo tempo, que seja rentável e que seja capaz de gerar valor e retorno para toda a comunidade de interessados que os cercam - fornecedores, clientes, funcionários e comunidade local. A multiplicidade dessas acções cria mecanismos para o desenvolvimento económico local e coloca os bancos numa situação privilegiada como catalisadores para acções locais.

A política empresarial inerente ao conceito "*double bottom line*"¹⁵ exige que, para se tornar uma decisão equilibrada, seja necessário ter em conta tanto o impacto económico e social, como o lucro esperado. Posto isto, o conceito de "retorno" do investimento torna-se bastante subjectivo (Servon & Kaestner, 2008).

A educação financeira poderá ter um efeito catalisador para os bancos contribuírem para a sociedade e interagirem com os *stakeholders*. Os bancos desempenham o papel de educar as pessoas sobre questões de finanças e orçamento, muito além do âmbito dos seus clientes. Servon e Kaestner (2008) afirmaram que a ampliação do uso de canais bancários formais conduz à redução do mercado informal. Lembra-se que o combate à exclusão financeira e a literacia da dívida tem como objectivo que a população escolha instituições financeiras autenticadas, de forma a combater o mercado informal.

¹⁵ É um termo usado por empresas socialmente responsáveis. Embora todas as empresas têm o limite convencional o lucro financeiro, existem empresas socialmente responsáveis que o seu limite é o impacto social das suas decisões.

A literacia financeira torna-se importante dado ter danos associados para as próprias instituições financeiras, como também para os Estados, originados pelos baixos níveis de poupança, o aumento tanto das falências, como dos níveis de endividamento e o aumento da responsabilização dos indivíduos nas suas decisões de longo prazo (Servon & Parrish, 2006).

O planeamento do período de reforma também tem ganho peso, tal como decidir quando se deve poupar, como seleccionar uma estratégia de investimento e como poupar o suficiente para que na reforma se mantenha o nível de vida (Lusardi, 2004). O crescimento do número de falências sugere que muitas pessoas não sabem fazer escolhas acertadas, sendo que são gastos mais fundos a incentivar o consumo do que a educar os consumidores (Lerman & Bell, 2005).

O crédito para a formação de empresas, compra de casa, a criação de poupanças e investimento são exemplos do conjunto de produtos e serviços que as instituições financeiras promovem e cuja utilização por parte dos clientes tem um grande impacto das suas vidas. A correcta utilização destes produtos apenas pode trazer benefícios para ambas as partes. É neste contexto que a responsabilidade social abrange a educação financeira.

3.6 Risco Operacional e Risco de Reputação

Com a implementação do Acordo de Capital de Basileia II, comumente conhecido por Basileia II, foram revistos alguns aspectos sobre a Supervisão Comportamental das instituições financeiras.

A literacia financeira foi dos pontos-chave que levou aos Bancos Centrais a implementarem inquéritos sobre a população, como também a promover iniciativas sobre os bancos, de forma a sensibilizar sobre esta temática. O Acordo de Basileia, no seu geral, definiu as “melhores práticas”, desenvolvendo um conjunto de incentivos para melhorar a capacidade das instituições em avaliar o risco.

O bem mais precioso na economia moderna já não apenas o rendimento, ou acções, mas sim a confiança. Quando um cliente deposita dinheiro na sua conta, este pede garantias de segurança e dá um voto de confiança ao banco. O banco arrisca quando oferece créditos aos clientes, esperando que estes assumam o seu compromisso e cumpram com a liquidação ao longo do tempo do mesmo. Os bancos esperam ganhar com o retorno dos riscos que assumem. No entanto, é passível e até mesmo provável que os bancos percam com esses mesmos riscos.

O risco, em geral, é definido como a probabilidade ocorrerem acontecimentos desfavoráveis. Normalmente, os investimentos com baixo risco são mais seguros, logo a taxa de retorno exigida é mais baixa. Por seu turno, quando maior for o risco de um investimento, maior é taxa de retorno esperado. O grau de incerteza é maior neste último caso, pois o mesmo pode trazer prejuízos para o investidor. Desta forma, as instituições bancárias têm em atenção os riscos que correm em relação aos seus *stakeholders* e o cálculo de risco é um dos temas mais importantes debatidos na banca.

O cálculo do risco está estabelecido pelo Basileia II, cabendo às entidades reguladoras de cada país a interpretação destas normas. Os riscos do sector bancário, segundo o Modelo de Avaliação de Riscos do Banco de Portugal (2007) compreendem nove categorias, estando estas divididas em duas esferas:

Risco Financeiro

Risco de Crédito surge quando os clientes falham com o compromisso assumido de efectuar um pagamento	Risco Mercado resulta da possibilidade de ocorrerem perdas mediante movimentos desfavoráveis no mercado	Risco Taxa de Juro impacto provocado pelos movimentos adversos nas taxas de juro	Risco Cambial impacto provocado pelos movimentos adversos nas taxas de cambio
--	---	--	---

Risco Não Financeiro

Risco de "Compliance" Impactos decorrentes de violações ou desconformidades relativamente às leis, regulamentos, contratos, códigos de conduta, práticas instituídas ou princípios éticos.	Risco Operacional o risco de perda que resulta de processos internos, pessoas, sistemas ou processos externos, que falham ou são inadequados	Risco de Sistemas de Informação consequência da inadequabilidade dos sistemas de informação a novas necessidades	Risco de Estratégia Impactos decorrentes de decisões estratégicas inadequadas	Risco Reputacional impactos negativos nos resultados ou no capital, decorrentes duma percepção negativa da imagem pública da instituição,
--	--	--	---	---

Ilustração 9 Definição de Risco Financeiro e Não Financeiro (autor)

Como já foi referido, a relação entre o cliente e o banco é muito importante. O relacionamento entre ambos tem de ser verdadeiro, pois se o cliente percebe má fé, ou que o interesse é unicamente comercial, onde a empresa só procura o seu dinheiro e que não pensa sobre o seu bem-estar, o cliente pode reverter esse relacionamento como publicidade negativa, dizendo aos seus amigos e conhecidos sobre o relacionamento fictício e enganoso que tal empresa aplica. Isto são riscos que o banco não pode correr. Maximizar o valor do cliente significa

cultivar um relacionamento de longo prazo com ele. O comportamento ético e a integridade do banco estão na base desta ligação (Alves, 2010).

Segundo Guedes (2000), o retorno esperado de uma política de responsabilidade social se concretiza através de determinados ganhos como a produtividade, tributação e vendas, sendo que Lourenço e Schroder (2003) estudaram as perdas, tal como está sintetizado no quadro seguinte.

Imagem e Vendas	<ul style="list-style-type: none"> • Ganhos: fortalecimento, fidelidade e novos produtos • Perdas: enfraquecimento e boicote à marca
Accionistas e Investidores	<ul style="list-style-type: none"> • Ganhos: valorização da empresa no mercado e na sociedade • Perdas: desvalorização da empresa, afastamento dos investidores
Publicidade	<ul style="list-style-type: none"> • Ganhos: boas práticas promovem imagem positiva da empresa • Perdas: publicidade negativa
Tributação	<ul style="list-style-type: none"> • Ganhos: isenções e benefícios fiscais • Perdas: pagamentos de multas e indemnizações
Produtividade	<ul style="list-style-type: none"> • Ganhos: maior empenho e motivação dos funcionários • Perdas: reclamações de clientes e perdas de futuros consumidores
Impactos Sociais	<ul style="list-style-type: none"> • Ganhos: mudanças comportamentais na sociedade • Perdas: danos ambientais, físicos e morais

Ilustração 10 Ganhos e perdas da implementação de medidas de responsabilidade social (autor)

Posto isto, a implementação de procedimentos que visem e incentivem as boas práticas têm repercussões em vários aspectos das empresas, podendo influenciar tanto o risco operacional como o risco reputacional. Estes comportamentos devem ser adaptados para atender aos objectivos dos bancos. Implementar esta alteração não é isenta de custos, no entanto, a própria ausência de mudança de atitudes também não está isenta destes.

Tanto os bancos, como as universidades, são os mais sensíveis ao Risco Reputacional (The Economist Intelligence Unit, 2005). Nestes dois casos, se não existe reputação, não existe negócio; o reconhecimento deste princípio, pode levar a criação de medidas para esse efeito. No entanto, a medição e cálculo deste tipo de risco é difícil, tanto pelo facto de se tratar de bens intangíveis, como a própria noção da empresa quanto aos componentes do Risco Reputacional.

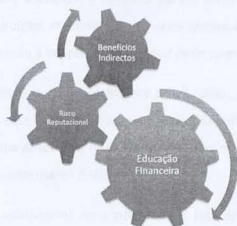


Ilustração 11 Dinâmica entre Educação Financeira e Risco Reputacional (autor)

Segundo o Modelo de Avaliação de Riscos elaborado pelo Banco de Portugal (2007), o Risco Reputacional é frequentemente intangível, o que dificulta a sua avaliação. Este risco pode afectar a capacidade da instituição estabelecer novas relações com os seus clientes e restantes *stakeholders*, o que pode levar a perdas financeiras directas como também a processos litigiosos, à erosão da base de clientes, à dificuldade de obtenção de recursos ou à saída de colaboradores-chave.

Posto isto, para avaliar este risco o Banco de Portugal propõe os seguintes itens a ter em atenção:

- Grau de confiança que os clientes depositam na instituição – tanto em liquidez financeira como a honestidade das relações comerciais;
- Percepção dos clientes, fornecedores e outras contrapartes sobre a atitude da instituição em questões de confidencialidade, princípios éticos, disposições legais e praticas instituídas;
- Percepção dos investidores e analistas relativamente à transparência, suficiência e credibilidade da informação divulgada pela instituição;
- Grau de satisfação dos colaboradores;
- Atitude percebida dos órgãos de imprensa em relação à instituição;
- Existência de registos históricos e sistematizados de reclamações, desempenho de activos, litígios, cobertura de imprensa negativa, falhas operacionais, rumores, fraudes, entre outros.

A literacia nestes casos pode ser usada não só como demonstração de boa vontade por parte dos bancos, mas também, para a resolução de conflitos que possam surgir, dada a inexperiência do cliente. Sabe-se que reter clientes é mais barato e lucrativo que atrair novos clientes, portanto a palavra-chave é pretender a "Fidelização do Cliente" e através dela torná-lo leal ao banco.

Assim, a literacia é benéfica para o aumento da confiança e percepção dos clientes face à instituição, melhoria do seu desempenho e eficiência a nível de mercado e a nível interno e diminuiu a imagem negativa que pode surgir em casos de má publicidade.

O *The Economist Intelligence Unit*¹⁶ (2005), elaborou um estudo intitulado “Reputação: o risco dos riscos”, no qual várias empresas identificam e classificaram o grau de importância do tema na sua empresa e quais os factores que mais prejudicam a sua reputação com reflexos a nível de performance financeira.

Ao analisarmos separadamente a lista de prioridades do sector financeiro face às outras entidades as classificações atribuídas diferem:

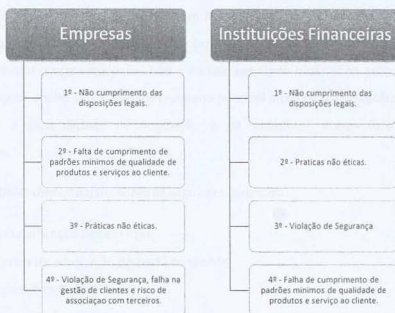


Ilustração 12 Factores que influenciam a reputação nas empresas e nas instituições financeiras (autor)

A necessidade de regulamentação e da existência de órgão regulamentador do sector financeiro é essencial para melhorar a confiança que o cliente tem nas instituições, salvaguardando os seus interesses. No entanto, muito do que se faz é mais baseado na legislação do que nas boas práticas propriamente ditas.

A reputação não é apenas uma questão de como a organização é vista pelos seus clientes, mas também como é vista pelos seus concorrentes. Quanto mais conceituada for a empresa, maior será a sua competitividade.

¹⁶ Financial Times

3.7 Directiva do Mercado de Instrumentos Financeiros

A Directiva dos Mercados de Instrumentos Financeiros (DMIF)¹⁷ é uma directiva da União Europeia, em vigência desde 1 de Novembro de 2007, que prevê uma regulamentação harmonizada dos serviços de investimento dos trinta estados membros do Espaço Económico Europeu¹⁸. Os principais objectivos da directiva são o aumento da concorrência e defesa do consumidor nos serviços financeiros.

A DMIF é constituída por 42 medidas que funcionam como ponto de partida da Comissão Europeia de Acção para os Serviços Financeiros, com o intuito de melhorar o nível de protecção dos Clientes, especialmente os pequenos investidores, através do estabelecimento de requisitos de organização e controlo e normas de conduta que os intermediários financeiros terão de observar para actuar sempre em função do melhor resultado possível para os seus clientes, agindo conforme o seu melhor interesse, isto é, as empresas financeiras devem tomar todas as medidas razoáveis para obter o melhor resultado possível na execução de um pedido de um cliente. Assim sendo melhor resultado possível inclui o custo, rapidez, probabilidade de execução e possibilidade de liquidação e de quaisquer outros factores considerados relevantes.

Assim, a DMIF têm impactos sobre os seguintes aspectos:

- A classificação dos clientes;
- Testes de adaptação do perfil do cliente;
- Condições Contratuais;
- Transmissão de ordens dos clientes;
- Gestão de conflitos de interesse.

3.7.1 Classificação de Clientes

Com vista a fixar um nível de protecção e tratamento diferente na prestação de serviços de investimento, de acordo com as características de cada cliente a DMIF exige a classificação de clientes de três formas: Contraparte Elegível, Cliente Profissional e Cliente Não Profissional¹⁹. O cliente pode sempre alterar a sua classificação desde que a mesma respeite as normas da directiva.

¹⁷ Directiva 2004/39/CE e Directiva 2006/73/CE

¹⁸ Constituído pelos 27 Estados-Membros da União Europeia mais a Noruega, a Islândia e o Liechtenstein.

¹⁹ Anexo II da DMIF

Esta classificação atribui um nível de protecção específico para cada um, no que se refere ao dever de informação do Intermediário Financeiro, ao longo do processo de relacionamento entre o cliente e o banco.

Contraparte Elegível	Cliente Profissional	Cliente Não Profissional
<ul style="list-style-type: none"> • Instituições de Crédito • Empresas de Investimento • Empresas de Seguros • Fundos de Pensões • Sociedades Gestoras • Governos Nacionais • Organismos Públicos 	<ul style="list-style-type: none"> • Empresas que prestam serviços de investimento ou que exerçam actividades de investimento • Grandes empresas cuja dimensão, satisfaz dois dos seguintes critérios: <ul style="list-style-type: none"> • Situação líquida de € 2 milhões; • Activo total de € 20 milhões; • Volume de negócios líquido de € 40 milhões. 	<ul style="list-style-type: none"> • Todos os clientes que não reúnem os requisitos das outras classificações, quer sejam clientes particulares ou empresariais.

Ilustração 13 Classificação de Clientes Bancários (autor)

O Cliente Não Profissional é aquele sobre o qual recai a maior parte da atenção da DMIF, tendo um nível de protecção maior e exige maior atenção sobre os conhecimentos do cliente. Este é obrigado à celebração por escrito de um *Contrato de Intermediação Financeira* que defina o âmbito da relação do Intermediário Financeiro com o Cliente, os direitos e deveres de ambas as partes.

A Directiva requer que o Intermediário Financeiro deve conhecer o seu cliente, solicitando a este a informação relativa aos seus conhecimentos e experiência em serviços, operações e instrumentos financeiros com que está familiarizado, assim como, a frequência e o tipo de operações que costuma efectuar e o nível de habilitações e profissão do cliente.

3.7.2 Testes de Adequação

Para os clientes considerados Não Profissionais e que nunca tenham transaccionado instrumentos financeiros, antes de qualquer adesão a novos produtos, os gestores de conta devem entregar uma *ficha normalizada* na qual são questionadas algumas informações financeiras por parte do cliente.

O questionário de apropriação ("*appropriateness test*") permite reter informação sobre os clientes com o propósito de assegurar se uma operação específica corresponde aos seus objectivos, se esta pode ser suportada financeiramente pelo cliente e se adapta com a sua

experiência e conhecimentos²⁰. De um modo geral, esta avaliação depende tanto do serviço de investimento a prestar como do tipo de produto sobre o qual incide a prestação de serviço. No mínimo, a DMIF exige que os intermediários financeiros procedam à realização do teste aos investidores Não Profissionais quando se trata de instrumentos financeiros Complexos²¹.

Já no que se refere ao *suitability test*, este é mais completo, pois a instituição para além de aferir sobre o conhecimento e experiência do Cliente, também deve recolher informação relativa à situação financeira e objectivos de investimento do Cliente.

O resultado de um teste de adequação que revele a inadequação do perfil do investidor ao produto pretendido, não impede que o cliente o adquirira, mas exige que previamente à concretização da respectiva transacção o cliente seja informado por escrito que o produto não lhe é adequado.

A rejeição em efectuar o referido teste ou a rejeição da informação prestada pelo cliente, leva a que este seja advertido por escrito, através do intermediário financeiro, de que essa opção pode levar a que a sua escolha não seja a mais assertiva.

3.7.3 Benefícios e prejuízos da entrada em vigor da Directiva 2006/73/CE

Devido à entrada em vigor da recente Directiva, os estudos realizados para avaliar o seu impacto são escassos. A própria previsão dos seus efeitos é complexa. As imposições da DMIF têm como objectivo a promoção da concorrência e a protecção do consumidor, isso geralmente não é aceite como uma boa notícia para as instituições financeiras, dado que este tipo de alterações costuma acarretar custos.

Tal como referido no estudo *Mercer Oliver Wyman* (2007), as instituições bancárias que iriam beneficiar mais directamente eram os maiores e mais sofisticadas. As suas práticas consumam ser já mais aproximadas dos novos requisitos o que se traduz num custo de investimento mais baixo. Mesmo com os custos adjacentes, segundo o relatório da FSA (2006), a possibilidade de conquistar novos clientes a nível europeu, promove, não só um mercado mais competitivo como mais eficiente. As empresas maiores têm vantagens de escala, especialização, eficiência do processo e, em certa medida, a marca.

As empresas mais pequenas podem ficar prejudicadas se não souberem manipular os seus custos ou se estiverem tecnologicamente atrasadas. Mesmo assim, a proximidade destas ao cliente continua a ser uma vantagem.

²⁰ arts. 29.º a 34.º da Directiva 2006/73

²¹ arts. 35.º a 37.º da Directiva 2006/73

O estudo mais completo realizado após a implementação da DMIF, elaborado pela *London Economics* (2010) defende que os impactos macroeconómicos se fizeram sentir na diminuição do custo de negociação que, por sua vez reduz a taxa de retorno exigida pelos investidores do capital social. Em contrapartida, este facto tem um impacto positivo sobre o PIB real, visto que estimula o investimento e melhora o nível de equilíbrio do mercado de acções de capital.

Apesar das previsões negativas quanto aos custos da implementação das normas (FSA, 2006), as mesmas não se têm feito sentir, sendo que os efeitos positivos indirectos têm sido uma constante. Posto isto, considerando a implementação destas normas uma primeira medida para o combate à iliteracia financeira, as previsões quanto à execução de um plano mais elaborado e profundo sobre a compreensão e a educação financeira só podem ser positivas.

As DMIF ajudam os bancos na sua relação com o cliente, tornando este mais informado. No entanto, tal como já foi referido no ponto 1, nada se sabe sobre a compreensão dos clientes face à informação recebida. Sabemos que as normas e procedimentos postos em prática pela DMIF ajudam e protegem o cliente, mas o cliente tem essa percepção? A questão que se coloca é saber se a DMIF é capaz, por si só, de ser um factor que pode eliminar a iliteracia financeira ou se apenas ajuda a colmatar parte das lacunas existentes ou se esta não traz nada de novo a quem está a adquirir um produto.

Se a falta de informação é prejudicial, o excesso de informação também o pode ser na medida em que o problema pode residir na forma como se interpreta a informação recebida. Pois, apesar de a informação ser fornecida, nada está estipulado ou regulamentado sobre o acompanhamento feito ao cliente.

Sabemos, pelos estudos já explicados anteriormente, que o excesso de confiança pode levar o cliente a escolhas erradas ou desadequadas para si. Basta o cliente assinar o termo de responsabilidade e tem acesso ao produto que quer.

Após a análise à DMIF fica outra questão no ar. Até que ponto é da responsabilidade dos bancos e do Cliente a escolha dos produtos e serviços adquiridos por este último? Onde começa e termina a responsabilidade dos bancos e onde começa e termina a responsabilidade do Cliente?

3.8 Resumo

Na sua definição mais ampla, o sector bancário é constituído por bancos comerciais, bancos de investimentos, empresas de alocação financeira, entre outros. Os bancos comerciais são, provavelmente, o intermediário financeiro mais importante na economia dos países,

concentrando as poupanças e os investimentos da maioria dos consumidores. Ao gerir a sua carteira de clientes, os bancos comerciais deparam-se com um conjunto variado de riscos, mais do que as outras instituições.

Tal como se pode verificar pela atenção dada no Basileia II, os bancos estão cada vez mais, centrados na diminuição de riscos. Esta perspectiva não se deve dissociar do melhoramento da relação dos bancos com os clientes, promovendo o bem-estar e o desenvolvimento sustentável. As recentes crises nos mercados financeiros que se sentem a nível mundial levam à necessidade de consciencialização da importância de que estamos numa era em que a globalização impera e que todos são responsáveis pelo desenvolvimento da economia global. Por isso, existe a necessidade de que todos os actores intervenientes tenham acesso à informação necessária e que saibam interpreta-la.

Esta tendência obrigou a que os bancos fossem um dos principais motores desta evolução. A evolução da tecnologia e a liberalização da banca provocou um aumento de concorrência, o que aumentou a tensão entre os bancos (Lagoa, Leão, & Santos, 2004).

O rápido crescimento do crédito, sentido principalmente entre 1995 e 2003, causou uma maior exposição ao risco e eventual deterioração da qualidade do crédito (Lagoa, Leão, & Santos, 2004). Isto demonstra a necessidade de uma gestão mais rigorosa dos riscos na avaliação e a necessidade de uma supervisão mais forte.

Em 2009, o Banco de Portugal (2010) registou um abrandamento da concessão de empréstimos bancários a particulares, em parte devido à queda dos agregados de despesa e do aumento das exigências dos critérios de autorização de crédito.

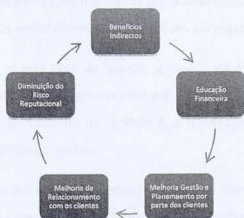


Ilustração 14 - Relação entre Educação Financeira e Benefícios para os Bancos (autor)

As organizações empresariais têm forma de avaliar e gerir os impactos directos das suas operações. No caso das instituições financeiras, sabe-se que os produtos, serviços e soluções financeiras geram lucros directos. Os bancos geram impactos económicos e financeiros directos, como também criam impactos sociais indirectos - a forma como os seus clientes gerem os seus rendimentos, poupanças e

negócios podem apresentar riscos para o património do banco, reputação e crescimento.

Por esse motivo, a educação financeira é uma das formas de combater as deficiências da população, em saber gerir, poupar e avaliar a sua vida financeira. Torna-se, portanto, necessário avaliar a exposição dos bancos a este risco e encontrar uma solução para melhorar a sua eficiência operacional.

Os benefícios indirectos são diversos, tais como a redução de custos, diminuição dos riscos, melhoria da qualidade da carteira, diminuição de passivos de seguros e indemnizações, bem como a adesão a novos serviços. Salienta-se novamente o estudo do Banco de Portugal em que 48% da população afirmaram que não fazem poupanças e apenas 20% indicaram que faziam poupanças numa perspectiva de médio ou longo prazo.

A educação financeira tem uma função mais ampla do que melhorar a percepção dos clientes face às questões financeiras, pois esta pode influenciar a própria relação comercial do banco com o cliente. Esta questão leva a que os bancos precisem de ir para além das regulamentações actualmente impostas, da sua organização, governos, ONG's, comunicação social, associações industriais e outros, podendo estar envolvido na difusão de programas para a educação financeira.

Um banco precisa de construir uma reputação de uma performance financeira forte e sustentável. Esta necessidade dos bancos transmitirem uma imagem de confiança e seriedade exige que a comunicação destes seja clara, transparente e aberta. A educação financeira pode influenciar esta imagem, sendo esta a responsável da existência de oportunidades, de capital e de clientes. Segundo o inquérito do Banco de Portugal (2010), 54% dos inquiridos, escolheram as suas aplicações financeiras por aconselhamento do seu balcão, 25% por aconselhamento de amigos ou familiares e apenas 8% por comparação com outros produtos.

Todo o processo de adesão a novos produtos foi alterado com a DMIF, obrigando as instituições a prestarem mais esclarecimentos e mais informação do que antes. No entanto, como foi indicado no capítulo 1, a transmissão de informação não significa compreensão e percepção da mesma.

Alguns dos problemas relacionados com a literacia foram, de facto, eliminados com as medidas legais impostas, como são exemplo os questionários de apropriação e a assinatura dos termos de responsabilidade por parte do cliente. Mas a regulamentação deve ser vista também como um ponto de partida para que os bancos tenham políticas de boas práticas e não um fim em si

mesmo. Ao desenvolver outras formas, para além das legais, de educar financeiramente os clientes pode ter um impacto social e económico mais abrangente e significativo.

A má gestão de recursos por parte do cliente pode afectar a sua capacidade em cumprir com o pagamento das suas dívidas e obrigações, o que afecta o Banco. Os riscos indirectos podem levar a uma diminuição de litígios e prejuízos financeiros. Ao observarmos as políticas de responsabilidade social dos bancos, estes reconhecem que a proximidade ao cliente e a manutenção de uma boa relação diferencia-o dos seus concorrentes e melhora a sua reputação e relação com os restantes *stakeholders*.

A gestão de risco é cada vez mais difícil. Os tipos de riscos que as instituições financeiras enfrentam aumentaram. Os bancos têm que lidar com um conjunto especial de riscos, dos quais não podem, nem devem descuidar os seus clientes, as condições sociais, económicas e culturais, bem como as práticas e políticas de governo e o mercado de negócios. Não se pode ignorar também que na actualidade existem fluxos de informação livres e globais, tornando qualquer Banco vulnerável a danos reputacionais.

4. Metodologia e Dados

Neste capítulo é apresentado um estudo empírico sobre a influência da literacia financeira nas instituições bancárias. Na revisão da literatura realizada, verifica-se que os estudos existentes têm como base o estudo dos impactos na Educação Financeira na população, não existindo registos de estudos tornados públicos sobre os seus impactos para os bancos. Este facto é condicionante das hipóteses colocadas, pois a falta de estudos publicados neste âmbito não permite a comparação de resultados e dificulta a própria colocação de hipóteses.

Outro problema para a elaboração de uma análise mais completa e exaustiva reside na necessidade de obter determinada informação interna das instituições bancárias ou da sua autorização para a elaboração de questionários ou inquéritos internos. A ausência destes dados limita as formas de pesquisa existentes.

Procurou-se, portanto, desenvolver um estudo qualitativo, exploratório, com base documental, para comparar e avaliar a prestação dos programas de educação financeira dos bancos em Portugal em relação os programas desenvolvidos por outros bancos estrangeiros. Os objectivos desta recolha de informação, elaborada através da consulta de sites e da informação cedida pelas instituições por e-mail, passam por três pontos fulcrais:

- Conhecer os esforços desenvolvidos pelos bancos em Portugal face à literacia financeira;
- Identificar os pontos positivos e negativos dos programas desenvolvidos;
- Perceber se estes esforços, são suficientes para colmatar as lacunas existentes ou se são ineficientes.

Com este intuito, os programas desenvolvidos em Portugal serão comparados com duas instituições em específico, cujos programas de combate à iliteracia financeira demonstraram serem uma referência na forma como foram aplicados.

Assim sendo, o objectivo desta investigação passa por identificar as boas práticas produzidas pelas instituições bancárias em Portugal.

4.1 Descrição da Amostra

Numa primeira fase, foram identificados os bancos que actuam em Portugal e que realizam ou realizaram planos de educação financeira. Desta forma, foi enviado *e-mail* a essas instituições bancárias para solicitar dados e informações disponíveis sobre estes programas. A amostra é constituída pelos bancos que responderam ao *e-mail* enviado em tempo útil, como foi o caso da Caixa Geral de Depósitos, o Millennium BCP e Barclays.

As instituições bancárias estrangeiras seleccionadas para o estudo comparativo foram o *City Group* e a *Australia and New Zealand Banking Group* (ANZ). A escolha do *City Group* deve-se ao facto de ter sido o primeiro banco mundial a estabelecer um Escritório de Educação Financeira, em 2004, cujo orçamento anunciado nesse ano foi de 200 milhões de dólares para 10 anos. A escolha da ANZ foi, como se pode verificar pelas várias referencias ao longo da presente tese, devido ao seu trabalho realizado, aos programas desenvolvidos e sobretudo pelos resultados positivos das suas acções.

4.2 Tipos e Fontes de Informação

A fim de dar resposta aos objectivos desta dissertação, foram recolhidas informações qualitativas que dizem respeito à descrição dos programas realizados e do comportamento demonstrado por parte das instituições bancárias para lidar com a literacia financeira. Tais informações estão relacionadas à capacidade das empresas em gerir, adaptar ou mudar a sua estratégia face aos clientes e à comunidade em estão inseridas. Essas informações foram obtidas a partir da análise de documentos tornados públicos pelas instituições.

Este estudo foi elaborado, com a respectiva recolha de informação disponível nos *sites* entre 1 de Abril e 15 de Maio de 2011 e com base nos *e-mails* recepcionados dentro do período indicado.

O tipo de análise efectuada é documental, delimitando-se às entidades que tenham publicado as suas actividades para a promoção da educação financeira na comunicação social e *internet*.

4.3 Procedimentos de Análise

A partir das tabelas e dos textos apresentados, o procedimento utilizado foi a comparação directa entre os programas e atitudes demonstradas pelas instituições e entre os resultados obtidos. Foi através desta comparação que houve a identificação dos pontos que respondem às questões propostas nesta tese.

Em primeiro plano, são apresentadas as estratégias desenvolvidas por cada entidade, o que permite dispor de um relatório preliminar com base informações recolhidas.

De seguida, com esses dados, foi elaborada uma análise a partir das referências teóricas seleccionadas. Isso permitiu estabelecer as comparações e conclusões necessárias.

5. Programas de Educação Financeira Desenvolvidos

Neste capítulo são descritos os programas realizados nas instituições bancárias em estudo. Assim, nos pontos 5.1 ao 5.3 são estudadas as estratégias dos bancos em Portugal e nos pontos 5.4 e 5.5 são expostos os trabalhos efectuados pela ANZ e pelo Citigroup. No capítulo seguinte, estes programas serão analisados, comparados e discutidos.

Para a análise efectuada a seguir é importante referir as directrizes e recomendações das organizações internacionais visto que os trabalhos desenvolvidos por estas influenciaram os projectos desenvolvidos pelas instituições bancárias. Segundo os dados fornecidos pelo Banco de Portugal (2011), a OCDE e a União Europeia têm realizado um trabalho precursor nesta matéria, como é referido no quadro seguinte.

OCDE

- Criação da *International Network for Financial Education* (INFE) a qual agrega mais de 135 instituições de 65 países com o objectivo de promover e facilitar a cooperação internacional no âmbito da educação financeira;
- Lançamento da *International Gateway for Financial Education* (2008), portal que reúne iniciativas de formação financeira de vários países;
- Adopção de Recomendações sobre boas práticas na promoção da qualidade da procura de produtos e serviços financeiros.

UE

- Adopção da "*Communication on Financial Education*" em 2007;
- Constituição em 2008 de um *Expert Group on Financial Education* o qual contribuirá para a definição de políticas da CE no âmbito da educação financeira;
- Desenvolvimento de uma nova versão do programa Dolceta, no qual foi introduzido um novo módulo sobre literacia financeira para professores e formadores.

Ilustração 15 Medidas executadas pela OCDE e pela UE no âmbito da Educação Financeira (autor)

Em 2003, a OCDE estabeleceu o "*Financial Education Project*" com a finalidade de proporcionar meios para melhorar a educação e alfabetização financeira, através do desenvolvimento de princípios comuns (OCDE, 2005b). Para cumprir este objectivo, estudou a implementação dos programas promovidos em vários países, criando um conjunto de recomendações sobre as melhores práticas para a sua implementação (OCDE, 2005b).

Segundo a OCDE as instituições financeiras devem promover a educação financeira e incluir este tema na sua política de boas práticas para com os seus clientes, promovendo a aprendizagem e as informações financeiras necessárias que estimulem a compreensão das suas decisões, em especial nos compromissos de longo-prazo.

Outra recomendação da OCDE (2005b) refere que as instituições financeiras devem ser incentivadas a certificar que os clientes lêem e compreendem todas as informações e que estas devem ser fornecidas aos clientes de forma simples, objectiva e imparcial. A preocupação destas instituições deve ter em conta os vários níveis de conhecimento dos seus clientes e as suas necessidades.

Quanto aos programas de educação financeira, a OCDE aconselha que estes devem focar particularmente aspectos importantes do planeamento financeiro pessoal, como a poupança, a reforma, o endividamento e a contratação de seguros. Os programas devem ser orientados para a construção das competências financeiras, devendo ser adequados a grupos específicos, e elaborados da forma mais personalizada possível.

Por último, a OCDE (2005b) ressalva que a educação financeira deve ser um processo contínuo, acompanhando a evolução e a complexidade dos mercados.

Desta forma, estas recomendações devem ser tidas em conta aquando a formulação dos projectos das instituições bancárias estudadas a seguir.

5.1 Barclays

O Barclays é uma instituição financeira global, fundada em 1690, cuja sede se encontra em Londres. Em 2010, foi considerada um dos 10 maiores bancos mundiais²².

O projecto desenvolvido pelo *Barclays Portugal* está integrado na estratégia internacional do Grupo Barclays definida no "Community Investment Programme 2007" com o tema "*Banking on Brighter Futures*" lançado em Outubro de 2007, com um orçamento de \$150 milhões para 5 anos para apoiar 1.500 projectos globais, estando previstas 150.000 horas de voluntariado.

O objectivo deste programa é o combate à pobreza e ao excesso de endividamento, através de iniciativas de inclusão financeira, apoio ao empreendedorismo e o acesso à Educação Financeira.

O Barclays desenvolveu dois programas dedicados à Literacia Financeira em Portugal:

²² <http://barclaysbankonline.reviewsz.net/>

Programa Fazer Contas à Vida

- **Lidar com o Dinheiro Sem Surpresas** – Programa lançado em Janeiro de 2008 em parceria com o “Programa Escolhas”. Através desta acção de responsabilidade social, os voluntários *Barclays* ensinaram mais de 800 jovens dos 14 aos 18 anos de contextos socioeconómicos desfavorecidos a gerirem as suas poupanças. Este programa foi considerado um sucesso por parte do Banco.

Programa Fazer Contas à Vida – Adultos

- Projecto lançado em 2011, para todo o território nacional. Este plano de literacia financeira foi criado no seguimento do anterior, tendo como objectivo ajudar as famílias na aquisição de competências básicas que lhes permitam lidar com os desafios financeiros do dia-a-dia.

Ilustração 16 Programas de Educação Financeira do Barclays (autor)

Numa primeira fase, para a realização do primeiro programa, foi dada formação a um conjunto de voluntários do *Barclays* Portugal, que juntamente com o apoio de um “facilitador local” do programa *Escolhas*, desenvolveram um programa de actividades. Estes programas são estruturados em seis actividades, ao longo de seis semanas, que exploravam temas como o crédito, orçamentação, endividamento, contas bancárias, impostos, etc. Os objectivos são, por isso, ajudar a desenvolver competências financeiras básicas, tais como planear uma despesa, fazer um orçamento mensal, saber lidar com situações imprevistas que requerem esforço financeiro e aprender a avaliar e a escolher serviços financeiros.

O segundo programa, está estruturado em cinco partes, que serão igualmente desenvolvidas com actividades práticas, focando situações próximas das vivências dos participantes. Enquanto a primeira foi desenvolvida para jovens dos 14 aos 18 anos, esta segunda é igualmente para pessoas carenciadas, mas para maiores de 18 anos

5.2 Caixa Geral de Depósitos (CGD)

A Caixa Geral de Depósitos foi fundada em 1876 tendo sido estabelecida inicialmente como um banco público cujas funções principais eram a recepção de depósitos e a gestão da dívida pública, tendo mais tarde alargado a sua actividade à banca de investimentos e de poupanças. Actualmente é uma das maiores instituições bancárias portuguesas.

Os projectos desenvolvidos pela CGD iniciaram-se em 2008, precisamente com o objectivo de contribuir para combater a iliteracia financeira em todas as faixas etárias. No âmbito da literacia financeira, inserido no tema de responsabilidade social, a CGD, desenvolveu três iniciativas, sendo elas:

Saldo Positivo

- Trata-se de um site criado em 2008, com o intuito de clarificar alguns conceitos financeiros tais como a gestão do dia-a-dia, gestão do orçamento, como fazer face a situações imprevistas e incentivar a poupança e o investimento. Os conteúdos são adaptados a cada faixa etária e está disponível para todos os cidadãos.

Ciclo Poupança

- A abordagem é feita igualmente com objectivo sensibilizar o público infanto-juvenil para a necessidade de preservar o Planeta, através da poupança de recursos naturais, ligando os conceitos de poupança de recursos e poupança financeira. A abordagem do assunto é igualmente através da disponibilização de informação e de conteúdos num site com actividades interactivas. O site foi renovado em 2009, ganhou o prémio Prata (segunda melhor posição) para o melhor site do sector financeiro, na 10ª Edição dos Prémios SAPO.

Educação +

- Trata-se de uma iniciativa que decorreu no ano lectivo 2010-2011, desenvolvido em parceria com a Universidade de Aveiro, na forma de exposição itinerante de Educação Financeira, destinada a jovens dos 7 aos 17 anos e público em geral. Esta acção abrange a realização de vinte sessões itinerantes de norte a sul do país. Segundo o site da CGD, em Janeiro de 2011, a exposição foi visitada por mais de 6.000 estudantes. Esta iniciativa pretende dotar os jovens de competências para lidar com as suas finanças pessoais, gerir o seu dinheiro, fazer escolhas e tomar decisões acertadas.

Ilustração 17 Programas de Educação Financeira da CGD (autor)

No programa “Educação +”, a literacia financeira é abordada a diferentes níveis, consoante o público a que se destinam, sendo o Programa da exposição, composto por três módulos:

- Módulo I – “Dinheiro para quê?” dirigido a estudantes do 1º e 2º ciclo do Ensino Básico;
- Módulo II – “Como gastar dinheiro?” para o 3º ciclo do Ensino Básico;
- Módulo III – “Compro ou não compro?” destinado ao Ensino Secundário e público em geral.

Os conteúdos (jogos interactivos) foram produzidos pela Universidade de Aveiro, através do Projecto Matemática Ensino.

É de salientar que o projecto “Saldo Positivo” está desenhado para pessoas de qualquer faixa etária, enquanto os programas “Ciclo Poupança” e “Educação +” são direccionados para um público mais jovem. Outro aspecto a ser evidenciado é o facto dos primeiros dois programas se resumirem à disponibilização de informação através de *sites* na internet. Apesar de a publicação de *sites* ser um meio rápido e global para a difusão de informação, nem todos têm acesso a este meio, o que limita a difusão dos programas indicados. Parte destes problemas foram colmatados com o terceiro programa, o “Educação +”, no entanto, este apenas era dirigido para jovens entre os 7 e os 17 anos.

Por último, verifica-se os programas desenvolvidos são muito gerais, deixando de fora um acompanhamento personalizado e adaptado a cada indivíduo, pois nem todos têm as mesmas aptidões e percepções do mundo que o rodeia.

5.3 Millenium BCP

No site do Millennium BCP²³ foi lançada, no final de 2010, uma área dedicada ao “Planeamento Financeiro”, com o objectivo de partilha de informação e ajuda para encontrar o equilíbrio financeiro. É disponibilizada uma calculadora a partir da qual se dá início ao planeamento das despesas *versus* rendimentos mensais, começando por um tomar de consciência das disponibilidades de cada um, com vista a começar a pensar em constituir um fundo de emergência, essencial para a protecção do futuro.

Por outro lado, é igualmente disponibilizada uma área dedicada à “Fiscalidade”, onde são divulgadas informações actualizadas, de carácter genérico, sobre fiscalidade e impostos. Segundo indicações do Millennium BCP, esta é uma área do site valorizada pelos Clientes dado que registou cerca de 2 milhões de consultas no ano de 2010. As duas áreas encontram-se disponíveis para consulta por qualquer utilizador.

Ao contrário dos programas apresentados pelos bancos anteriores, o do Millennium BCP está vocacionado para um público-alvo mais adulto apesar de abranger várias fases do ciclo de vida. O site é bastante vocacionado para a poupança, abordando temas como a gestão do orçamento, investimentos, seguros e reforma, mas deixa alguns assuntos por tratar, como por exemplo as situações de sobreendividamento, ou empreendedorismo.

O Millennium BCP unicamente apresentou este site como instrumento de combate à iliteracia financeira. Desta forma, apesar da utilidade do site, a informação apenas está disponível para quem tem acesso à internet, faltando um acompanhamento mais personalizado. Esse acompanhamento apenas está disponível em situações em que os próprios clientes deixam de cumprir com o Millennium BCP. Falta também o incentivo aos mais jovens quanto à educação financeira.

5.4 Australia and New Zealand Banking Group (ANZ)

A ANZ tem as suas origens no Banco da Austrália, que abriu o seu primeiro escritório em Sydney, em 1835. A ANZ é uma empresa cotada, e foi constituída em 14 de Julho de 1977 na Austrália. *Australia and Zealand Banking Group Limited* é a principal holding e empresa

²³ www.millenniumbcp.pt

operacional do Grupo é a ANZ Centro, sediada em Victoria, Austrália. É uma das cinco maiores e mais bem sucedidas empresas na Austrália e é o maior banco na Nova Zelândia.

Como principais objectivos do projecto para a literacia financeira, a ANZ especifica a melhoria da reputação da empresa face aos seus *stakeholders*, o recrutamento de funcionários financeiramente aptos, atraindo e retendo pessoal qualificado o que se traduz numa melhoria do seu serviço ao cliente. Tudo isto contribui para o último objectivo do banco: a diminuição de risco.

O Grupo ANZ, como já referido, para além das investigações realizadas, criou quatro programas distintos que abordam questões de educação financeira e inclusão:

MoneyMinded

- Criado para a alfabetização e educação financeira de adultos, é um programa de educação financeira que visa ajudar as pessoas a compreender os conceitos fundamentais sobre gestão de dinheiro para que possam tomar decisões informadas sobre a utilização e gestão do seu rendimento. O programa é emitido por uma rede de consultores financeiros e educadores da comunidade na Austrália e Nova Zelândia. Em 2010, cerca de 125.000 pessoas participaram neste projecto, sendo que 35.000 eram pessoas de baixos rendimentos.

Saver Plus

- Projecto iniciado em 2003 com a finalidade de formação de pessoas com baixos rendimentos sobre literacia financeira e poupança de forma a criar hábitos de poupança. Este programa é financiado pela ANZ e o governo australiano (Departamento de Famílias, Habitação, Serviços Comunitários e Assuntos Indígenas). Este foi considerado um dos programas com mais sucesso no mundo. O programa já foi leccionado a 7.230 pessoas desde o início até 2010.

Progress Loans

- Desenvolvido com o intuito de oferecer pequenos empréstimos a pessoas de baixos rendimentos, que normalmente não têm acesso a estes serviços. Em 2010, foram subscritos cerca de 500 novos empréstimos. O pretendido é atingirem os 1000 empréstimos entre 2009 e 2011.

MoneyBusiness

- Programa desenvolvido para desenvolver as capacidades de gestão do dinheiro e a confiança dos povos indígenas e desenvolver uma forte cultura de poupança em nas suas comunidades. Este programa é desenvolvido em parceria com o governo australiano (Departamento de Famílias, Habitação, Serviços Comunitários e Assuntos Indígenas) e entregue numa série de locais por agências locais por agências comunitária.

Ilustração 18 Programas de Educação Financeira da ANZ (autor)

Estes programas são divulgados por consulta à comunidade e difundidos por meio de parcerias com organizações governamentais e da comunidade local. Esta abordagem de parceria entre o sector comunitário e estatal tem sido reconhecida como um modelo bem sucedido de colaboração inter-sectorial.

De forma a estudar os impactos e efeitos destes programas são realizadas investigações regulares para verificar os níveis de literacia financeira dos adultos. Paralelamente também são realizados estudos sobre outros temas, tais como a exclusão financeira e as causas da dificuldade financeira. A eficiência dos programas é avaliada de forma independente.

Por exemplo, pesquisas de longo prazo realizadas pelo banco, mostram que *Saver Plus* tem um impacto duradouro sobre hábitos financeiros, a confiança e a inclusão económica e social dos envolvidos:

- 96% dos participantes acumulou ou aumentou a sua poupança com êxito;
- 70% dos participantes continuou a acumular poupanças ao mesmo ritmo ou mais, até três anos após a conclusão do programa;
- 48% dos participantes que cumpriu ou ultrapassou a meta de poupança, diminuindo as suas despesas durante o programa.

Saver Plus é o primeiro e único programa da Austrália sobre poupança, que está em contínuo funcionamento há 5 anos, o mais longo em comparação com outras instituições internacionais. O programa foi sempre avaliado ao longo da sua vida em determinados pontos-chave, incluindo investigações longitudinais nos últimos três anos.

O projecto-piloto do *Saver Plus* foi realizado em 2004 com 268 participantes em três locais e em 2005 foi realizado em quatro locais com 408 participantes. Com base nos índices positivos experimentados no projecto-piloto, *Saver Plus* foi estendido em 2006 para 19 locais como são exemplo Victoria, Nova Gales do Sul e *Queensland*.

Como resultado destes esforços, os participantes têm economizado mais de \$ 4 milhões para despesas com educação, e receberam cerca de \$4 milhões de poupanças de equivalentes da ANZ. Os seus parceiros comunitários receberam 13,5 milhões dólares de subsídio do governo australiano, o que lhes permitiu ampliar o alcance do seu principal programa de poupança, *Saver Plus*, para 60 locais (incluindo todos os estados e territórios da Austrália).

Por último, é de mencionar, como já foi referido no ponto 2, o trabalho realizado na Austrália pela *Australian Bankers' Association* (ABA). A ABA desenvolveu um "*Financial Literacy Info Centre*" na sua página na internet que fornece informações sobre como gerir dinheiro, produtos, serviços bancários e informações bancárias.

5.5 Citigroup

O Citigroup é uma instituição de serviços financeiros internacional sediada em Nova Iorque. A formação da empresa foi anunciada a 7 de Abril de 1998, a partir da fusão do *Citicorp* com o *Travelers Group*.

Em 2004, o Citi foi o primeiro banco a estabelecer um "*Office of Financial Education*". Nesse mesmo ano, o Citi e a *Citi Foundation* anunciaram um compromisso global de 200 milhões de

dólares em prol da educação financeira durante dez anos. Seis anos depois, já investiu mais de \$167 milhões em 73 países. A meio do seu compromisso de 10 anos para a educação financeira, a abordagem do Citi evoluiu para um quadro mais amplo e abrangente. A empresa relançou os seus esforços com o nome do “*Office of Financial Capability*”.

O “*Office of Financial Capability*” desenvolveu os seguintes quatro programas:

Financial Capability Innovation Fund

- Criado com o intuito de apoiar novas estratégias para aumentar a capacidade financeira dos consumidores de baixa rendimentos em todo os EUA, fornecendo-lhes o acesso aos produtos financeiros e ferramentas educacionais que precisam para construir e manter activos. Este fundo destina-se a apoiar e estimular a adopção generalizada do quadro de capacidade financeira, identificando as iniciativas mais promissoras e soluções destinadas a promover a capacidade financeira dos consumidores mais carenciados.

Child Finance International

- Tem como objectivo capacitar as crianças para tomar o controlo das suas vidas para que possam viver livres da pobreza e da dívida. Pretende-se chegar até 100 milhões de crianças em todo o mundo até 2020, com a educação social e financeira. Através do envolvimento de vários participantes, pretende-se também que este tema seja discutido nas agendas dos políticos em todo o mundo.

Global Financial Education Program

- Programa lançado em 2006 pela *Microfinance Opportunities* e *Freedom from Hunger*, com o apoio da Fundação Citi, foi o primeiro programa de educação financeira em larga escala deste tipo, direccionado a indivíduos que vivem na pobreza nos países em desenvolvimento. Através desta iniciativa, mais de 7.800 instrutores em 46 países forneceram aprendizagem directa para cerca de 400.000 pessoas em temas como orçamento, gestão da dívida, a poupança, direitos do consumidor e de seguros. Os cinco módulos originais GFEP, publicados em Inglês, espanhol, russo, português, árabe, chinês e francês.

Financial Opportunities Centers Program

- Trata-se da criação de centros que oferecem orientação financeira, orientação profissional e programas que ajudam as famílias de baixos e médios rendimentos a mudar o seu comportamento financeiro de forma a encorajar um compromisso de longo prazo para o aumento de rendimentos, a construção de activos, diminuir os seus gastos e melhorar os seus níveis de vida. Os resultados dos programas de educação financeira e dos programas de aconselhamento individual são avaliados através do acompanhamento dos rendimentos líquidos, património, capacidade financeira, incluindo a gestão da dívida, poupança, a utilização de informação financeira formal, serviços e estabilidade de emprego.

Ilustração 19 Programas de Educação Financeira do Citi Group (autor)

O Citigroup, em colaboração com a *Microfinance Opportunities*, apresentou estudos sobre os impactos da Iliteracia Financeira e como esta deve ser combatida.

Denota-se que a preocupação do Citigroup recai mais sobre a população mais desfavorecida, promovendo a poupança e o empreendedorismo, com a criação de linhas de crédito e produtos especializados para estes agregados.

6. Análise e Discussão

Neste capítulo é descrito, de acordo com a tabela 5, a comparação entre as estratégias dos bancos em Portugal e as estratégias da ANZ e do Citigroup face à Literacia Financeira. Para que a análise seja apresentada de forma clara e objectiva, será efectuada uma decomposição das características relevantes, sendo estas a missão da estratégia, os objectivos, os projectos desenvolvidos, o público-alvo e, por último, o apoio dado por cada instituição à realização de estudos e relatórios sobre o tema. Com esta comparação é pretendido verificar os vários percursos e estágios em que se encontra cada estratégia implementada.

6.1 Missão

Nesta sessão serão verificadas as diferenças das missões de cada instituição estudada face ao seu projecto de Educação Financeira. Tal como se pode verificar pela ilustração 17, a missão de cada instituição é semelhante. Verifica-se que no geral, todos têm como propósito apoiar o crescimento e desenvolvimento da sociedade em que inserem.

A mudança do mundo dos negócios impõe que as empresas se adaptem às novas condições geradas por novos desafios. Além das questões dos aspectos competitivos, as empresas devem estar atentas a todos os *stakeholders* e a questões como as mudanças climáticas, o desenvolvimento sustentável e Literacia Financeira.

Barclays	CGD	Millenium BCP	ANZ	Citigroup
<ul style="list-style-type: none"> • Apoiar um crescimento sustentável, apoiando os seus clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Promoção das melhores práticas e ir de encontro das melhores respostas aos problemas e desafios da sociedade. 	<ul style="list-style-type: none"> • Promoção de melhor conhecimento financeiro. 	<ul style="list-style-type: none"> • Promover o desenvolvimento e prosperidade da comunidade. 	<ul style="list-style-type: none"> • Apoio ao fortalecimento económico em todo o mundo.

Ilustração 20 Missão da Estratégia de Educação Financeira (autor)

6.2 Objectivos

Neste ponto analisamos os objectivos que cada instituição bancária estipulou nos seus projectos de Educação Financeira. No quadro apresentado a seguir, são expostas as classificações dadas a cada instituição.

Para este efeito, segundo as recomendações da OCDE (2005b) foram consideradas as categorias de apoio ao empreendedorismo, combate à pobreza e ao excesso de

endividamento, inclusão financeira, difusão da educação financeira e a divulgação de informação financeira.

Os indicadores considerados são de zero (0) e um (1), sendo que zero (0) são atribuídos quando não se verifica nenhum dos objectivos referidos na tabela e um (1) quando a instituição desenvolveu por completo os objectivos expostos. Por último é calculada a média face às categorias existentes.

Tabela 2 Objectivos das Estratégias de Educação Financeira (autor)

	Apoio ao empreendedorismo	Combate à pobreza	Combate ao excesso de endividamento	Inclusão Financeira	Difusão da ED	Divulgação de Informação Financeira
Barclays	0	1	0	0	1	0
CGD	0	0	0	0	1	1
Millenium BCP	0	0	0	0	1	1
ANZ	1	1	1	1	1	1
Citigroup	1	1	1	1	1	1

Assim se constata que as instituições em Portugal, têm desenvolvido alguns dos seus objectivos, mas não por completo. No caso do Barclays, este apoia o empreendedorismo e o combate à pobreza nos seus cursos de Educação Financeira, no entanto, as suas formas de actuação diferem em comparação com a ANZ e com o Citigroup, dado que estes desenvolveram linhas de crédito especializado para promoção da criação de empresas.

6.3 Projectos Desenvolvidos

Neste ponto avaliam-se as instituições bancárias em relação aos projectos desenvolvidos. É atribuído a classificação mínima de zero (0) quando não foram desenvolvidos nenhum projecto na área indicada e a classificação máxima de um (1) quando foi desenvolvido por completo os projectos indicados.

Tabela 3 Projectos de Educação Financeira Desenvolvidos (autor)

	Cursos de ED	Cursos de Poupança	Sites Informativos	Acesso a Produtos e Serviços específicos	Assessoria financeira personalizada	Apoio à realização de estudos e relatórios
Barclays	1	0	0	0	0	0
CGD	0	0	1	0	0	0
Millenium BCP	0	0	1	0	0	0
ANZ	1	1	1	1	1	1
Citigroup	1	1	1	1	1	1

Mais uma vez é de referir que o Barclays é a única instituição bancária em Portugal que criou um curso de educação financeira. Contudo, em comparação com a ANZ e o Citigroup, os cursos desenvolvidos pelo Barclays são de curta duração e não têm acompanhamento posterior, o que prejudica a sua pontuação neste quadro. No que se refere aos *sites* informativos, aquele que foi desenvolvido pela CGD é de facto uma mais-valia, já o do Millenium BCP não é tão completo e abrangente.

No que se refere aos apoios a estudos, a ANZ, esta demonstra estar mais empenhada neste aspecto. Os estudos apoiados por esta instituição financeira abrangem não só os relatórios sobre os próprios programas desenvolvidos como também análises e estudos sobre a própria Literacia Financeira, tal como foi exposto no capítulo 1. Todos estes estudos são realizados por entidades externas para garantir a sua neutralidade.

Quando ao Citigroup, em pareceria com a *Microfinance Oppotunities*, desenvolveu alguns estudos sobre literacia financeira nos países em vias de desenvolvimento. No entanto, não existe registo no seu site da existência de relatórios de avaliação e análise de resultados dos seus programas de educação financeira. Quanto as instituições financeiras em Portugal, não existem registos de estudos publicados por estas.

6.4 Público-alvo

Por último, será verificado neste ponto qual o público-alvo escolhido para aos projectos desenvolvidos. Desta vez, foi atribuída um indicador mais baixo, o zero (0) quando aquele público-alvo faz parte dos projectos desenvolvidos e um (1) para aqueles em que foi seleccionado.

Segundo as recomendações da OCDE (2005), os projectos desenvolvidos deverão ser adequados a grupos específicos e elaborados da forma mais personalizada possível

Tabela 4 Público-alvo dos Programas de Educação Financeira (autor)

	Jovens (geral)	Adultos (geral)	Jovens (carençados)	Adultos (carençados)
Barclays	0	0	1	1
CGD	1	1	0	0
Millenium BCP	0	1	0	0
ANZ	0	1	1	1
Citigroup	0	1	1	1

No geral verifica-se que o Barclays, a ANZ e Citigroup têm especial atenção às pessoas mais carenciadas e de baixos rendimentos. Porém os programas da ANZ e Citigroup têm sido alargados a pessoas de médios rendimentos o que ajuda na actuação contra iliteracia financeira do público em geral. A CGD e o Millenium desenvolveram projectos para o público em geral.

6.5 Discussão dos Resultados

Compreende-se com análise exposta que a elaboração e aplicação dos Programas de Educação Financeira são um processo recente em Portugal, o que sugere que deverá haver uma abordagem mais aprofundada destas instituições bem como um esforço de aprendizagem de estratégia face a outras instituições financeiras cujos projectos estejam mais desenvolvidos.

No geral, pode verificar-se que foram encontradas diferenças significativas nos trabalhos realizados. Ao analisar as missões e objectivos das instituições financeiras alvos deste estudo, observa-se que existe preocupação face à literacia financeira, no entanto a ANZ e o Citigroup demonstraram uma concretização de objectivos mais avançada.

No que se refere aos projectos desenvolvidos, é evidente que existem claras diferenças entre os projectos realizados pelas instituições em Portugal, a ANZ e o Citigroup. Os cursos de educação financeira elaborados pela ANZ e o Citigroup são mais extensos e aprofundados, havendo um acompanhamento posterior, não só nos produtos e serviços financeiros desenvolvidos, como na criação de postos e centros especializados em aconselhamento e apoio aos interessados.

Quanto ao público seleccionado para alvo dos programas, as preocupações do Barclays, ANZ e Citigroup recaem mais sobre as pessoas mais carenciadas, enquanto as atenções da CGD e do Millennium BCP incidem sobre o público em geral.

Segundo as recomendações da OCDE (2005) os programas de Educação Financeira, devem ter em conta o tecido da sociedade em que serão implementados. Depreende-se que, tal como foi elaborado pela ANZ, devem existir programas adaptados para cada tipo de clientes, tendo em conta os seus rendimentos e as suas necessidades.

Por fim, no apoio à realização de estudos sobre literacia financeira, não foram encontradas publicações nem referências das instituições financeiras em Portugal nesse sentido. O Banco de Portugal, em 2010, elaborou o primeiro inquérito à população portuguesa, o que poderá ser um bom começo e incentivo às instituições portuguesas de que é necessário uma intervenção geral quando à Educação Financeira.

	Missão	Objectivos	Projectos Desenvolvidos	Meios de difusão	Nº	Público Alvo	Tipo	Estudos realizados
Barclays Portugal	Apoiar um crescimento sustentável, apoiando os seus clientes.	Inclusão financeira, apoio ao empreendedorismo e acesso à Educação Financeira, combate à pobreza e ao excesso de endividamento	Criação de pequenos cursos de Educação Financeira	Administração de cursos, cooperação com uma ONG	2	Jovens e adultos mais carenciados	Nacional	Sem registo
CGD	Promoção das melhores práticas e ir de encontro das melhores respostas aos problemas e desafios da sociedade	Difusão da Educação Financeira	Criação de sites informativos e educativos, criação de uma exposição itinerante	Um site para adultos; Exposição itinerante e um site para o público jovem.	3	Adultos e público jovem	Nacional	Sem registo
Millennium BCP	Promoção de melhor conhecimento financeiro	Partilha de informação e ajuda para encontrar o equilíbrio financeiro	Criação de área no site do banco dedicada ao "Planeamento Financeiro"	Site sobre planeamento	1	Adultos	Nacional	Sem registo
ANZ	Promover o desenvolvimento e prosperidade da comunidade	Aumentar a confiança da população no banco; Atrair pessoal qualificado e melhorar o seu serviço ao cliente; Desenvolver produtos e serviços que respondam à necessidade dos clientes; Diminuição do risco.	Cursos de Educação Financeira e Poupança para adultos e pessoas carenciadas. Abertura de uma linha de crédito especializado para pessoas de baixos rendimentos. Criação de sites informativos.	Administração de cursos, linha de crédito especializado, cooperação com instituições comunitárias	4	Adultos e mais carenciados	Nacional	Avaliação dos programas implementados; Verificação do nível de literacia da população; Compreender os factores que influenciam a Educação Financeira
Citigroup	Apoio ao fortalecimento económico em todo o mundo	Aumentar o número de adultos com baixos e médios rendimentos e/ou jovens que adoptam comportamentos financeiros que acumulam e preservam activos financeiros.	Criação de um departamento responsável pela literacia financeira; Cursos de Educação Financeira; Acesso a produtos e serviços financeiros específicos; assessoria financeira personalizada. Criação de sites informativos.	Administração de cursos, linha de crédito especializado, cooperação com instituições comunitárias, acompanhamento personalizado	4	Jovens; Pessoas de baixos e médios rendimentos;	Internacional	Efectuados em pareceria com a Microfinance Opportunities sobre os impactos da Literacia Financeira e Exclusão Bancária

Tabela 5 Estratégias dos Bancos sobre Educação Financeira - Quadro Resumo (autor)

7. Conclusão

A necessidade de possuir conhecimentos financeiros é sentida por grande parte dos consumidores quando têm de tomar decisões financeiras. Contudo, o próprio conceito de Literacia Financeira vai mais além de decisões puramente financeiras, engloba igualmente todo um conjunto de comportamento e atitudes que devem ser incentivados e estimulados. Tornou-se, por isso, necessário compreender que informação não é formação.

Estudos por todo o mundo têm demonstrado a existência de um baixo grau de compreensão das questões financeiras por parte dos consumidores. Os esforços para combater a Iliteracia Financeira têm-se multiplicado tanto por instituições governamentais, como por ONG's e instituições financeiras.

Os índices de endividamento das famílias, as taxas de poupança, o número de pessoas que sofrem de exclusão financeira demonstram que os custos da Literacia Financeira afectam tanto a sociedade em geral como as próprias instituições bancárias. As várias pressões que as empresas sofrem e as suas próprias preocupações devido aos impactos das suas actividades encontram-se directamente relacionadas com a relação estabelecida com a sociedade em que estão inseridas.

Este estudo teve como objectivo analisar os impactos dos níveis de Educação Financeira nas instituições bancárias que operam em Portugal. Isto foi feito através de uma análise de conteúdo que consistiu na verificação dos programas desenvolvidos pelas entidades residentes em comparação com os projectos desenvolvidos pela ANZ e Citigroup, cujos programas estão mais avançados.

Em geral, conclui-se que todas as instituições financeiras estão, de facto, preocupadas com a Educação Financeira e realizaram-se esforços para a sua difusão. No entanto, observaram-se diferenças significativas entre os projectos desenvolvidos em Portugal, com aqueles que foram desenvolvidos pelas instituições tidas como referência.

O Barclays foi o único dos três bancos em Portugal analisados que tem um curso de Educação Financeira, sendo que este tem como público-alvo as pessoas carenciadas, tal como acontece nos programas desenvolvidos pela ANZ. Já no caso da CGD e do Millennium BCP as atenções incidem sobre o público em geral.

Pode-se salientar no entanto que o desenvolvimento de projectos de Literacia Financeira por parte das instituições bancárias, poderá estar associada ao relacionamento que pretendem ter com os seus *stakeholders*. Neste sentido, constatou-se que as empresas analisadas divulgam, de um modo geral, os seus projectos. No entanto, os projectos desenvolvidos pelas instituições bancárias em Portugal ainda estão numa fase embrionária, sendo necessária uma maior participação e envolvimento.

Uma clara diferença entre as instituições revelou-se mesmo na própria recolha de informação pois, ao contrário dos estudos publicados pela ANZ e Citigroup, não existe registo de estudos ou relatórios sobre literacia financeira elaborados e publicados pelas entidades bancárias portuguesas.

Os projectos desenvolvidos pelos bancos ANZ e Citigroup encontram mais avançados e desenvolvidos, existindo também um acompanhamento mais personalizado e contínuo dos indivíduos. A missão da ANZ e Citigroup nesta iniciativa tem um carácter sucessivo de ano para ano, o mesmo não se verifica nas actividades desenvolvidas pelos bancos portugueses, não tendo sido encontradas referências se os programas já realizados seriam alargados nos anos seguintes ou irá existir a criação ou desenvolvimento de novos projectos.

Este estudo enfrenta algumas limitações relacionadas com a dimensão da amostra. Outra limitação reside na metodologia de recolha dados, pois nem todas as informações necessárias para a concretização deste estudo se encontram publicadas.

Espera-se que em estudos futuros seja possível a utilização de uma amostra maior e de uma metodologia de recolha de dados que permita uma classificação das instituições financeiras, tanto no seu desempenho na Educação Financeira como no seu nível de risco.

Pretende-se, como objectivo final desta tese, estudar os efeitos negativos da iliteracia financeira e identificar o papel das instituições bancárias face a este tema, chegando a conclusão que os programas desenvolvidos em Portugal não são tão abrangentes e desenvolvidos como os da ANZ e Citigroup, pelo que a sua eficiência é posta em causa.

Bibliografia

- Abreu, M., & Mendes, V. (2006). *Cultura Financeira dos Investidores e Diversificação das Carteiras*. Universidade Técnica de Lisboa: Departamento de Economia do Instituto Superior de Economia e Gestão.
- ACNielson e ANZ. (2005). *Understanding Personal Debt & Financial Difficulty in Australia*. Melbourne: Australia and New Zealand Banking Group.
- Alves, E. (16 de Dezembro de 2010). *A Humanização das Relações Comerciais*. Obtido em 15 de Fevereiro de 2011, de Artigonal: <http://www.artigonal.com/marketing-e-publicidade-artigos/a-humanizacao-das-relacoes-comerciais-3859704.html>
- ANZ. (2008). *ANZ 2008 Financial Literacy Survey*. Austrália: Australia and New Zealand Banking Group.
- ANZ. (2005). *Causes of Financial Difficulty*. Melbourne: Australia and New Zealand Banking Group.
- Assembleia da República Portuguesa. (4 de Abril de 2011). Resolução da Assembleia da República n.º74/2011. *Diário da República*, p. 1980.
- Associação Portuguesa dos Utilizadores e Consumidores de Serviços e Produtos Financeiros. (Setembro de 2008). *sefinonline.com*. Obtido em Dezembro de 2010, de *sefinonline.com*: <http://www.sefinonline.com>
- Banco de Portugal - Departamento de Supervisão Bancária. (2007). *MAR - Modelo de Análise de Riscos*. Lisboa: Banco de Portugal.
- Banco de Portugal. (2010b). Obtido em Novembro de 2010, de *bportugal.pt*: <http://clientebancario.bportugal.pt/pt-PT/Noticias/Paginas/InqueritoLiteraciaFinanceira.aspx>
- Banco de Portugal. (2011). *Desenvolvimentos Internacionais da Supervisão Comportamental na Banca. Normas Comportamentais na Banca a Retalho*. Lisboa: Banco de Portugal.
- Banco de Portugal. (2010a). *Regulação e Supervisão do Sistema Bancário*. Lisboa: Banco de Portugal.
- Barclays. (s.d.). Obtido de Barclays Online: <http://barclaysbankonline.reviewsz.net>
- Chant Link & Associates. (2004). *A Report on Financial Exclusion in Australia*. Australia and New Zealand Banking Group.
- CNSF. (2011). *Plano Nacional de Formação Financeira*. Lisboa: Conselho Nacional de Supervisores Financeiros.
- Fannie Mae Foundation. (2000). *Personal Finance and the Rush to Competence: Financial Literacy Education in the U.S*. Washington DC: Institute for Socio-Financial Studies Publications.
- Fernandes, M. T. (2007). *MAP - Moving Along Alignments and Paradoxes Model, a business strategic approach*. Samora Correia: GT - Transnational.

Fidelity International. (2007). *European Retirement Survey - Report*. Paris: TNS Sofres.

FSA. (1999). *Consumer Education: A strategy for Promoting Public Understanding of the Financial System*. London: Financial Services Authority.

FSA. (2005). *Measuring financial capability: an exploratory study*. University of Bristol: Financial Services Authority.

FSA. (1998). *Promoting Public Understanding of Financial Services: a strategy for consumer education*. Reino Unido: Financial Services Authority.

FSA. (2006). *The Overall Impact of MiFID*. London: Financial Services Authority.

Guedes, R. d. (2000). *Responsabilidade Social e Cidadania Empresariais: Conceitos para as Empresas Face à Globalização*. São Paulo: Dissertação de Mestrado, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

Lagoa, S., Leão, E., & Santos, J. (2004). *Sistema Bancário: Evolução Recente e o Seu Papel no Ajustamento da Economia Portuguesa*. Lisboa: Departamento de Protecção e Planeamento e Relações Internacionais - Ministério do Ambiente e do Ordenamento do Território.

Lerman, R., & Bell, E. (2005). *Can Financial Literacy Enhance Asset-building?*. Washington, D.C.: The Urban Institute.

London Economics. (2010). *Understanding the Impact of MiFID in the Context of Global and National Regulatory Innovations*. London: City of London Corporation.

Lourenço, A. G., & Schroder, D. d. (2003). *Vale investir em responsabilidade social empresarial?* Rio de Janeiro: Instituto Ethos de Responsabilidade Social.

Lusardi, A. (2008). *Financial Literacy: An Essential Tool for Informed Consumer Choice?* Harvard University: Jorint Center for Housing Studies.

Lusardi, A. (2004). Saving and the Effectiveness of Financial Education. *Pension Design and Structure: New Lessons from Behavioral Finance*, pp. 157-184.

Lusardi, A., & Mitchell, O. (2007). Baby Boomer Retirement Security: The Role of Planning Financial Literacy and Housing Wealth. *Journal of Monetary Economics*, 205-224.

Lusardi, A., & Mitchell, O. (2008). Planning and Financial Literacy: How Do Woman Fare? *American Economic Review*, 413-417.

Lusardi, A., & Tufano, P. (2008). *Debt Literacy, Financial Experience, and Overindebtedness*. working paper.

Lusardi, A., Van Rooij, M., & Alessie, R. (2007). *Financial Literacy and Stock Market Participation*. Tilburg: Network for Studies on Pensions, Aging and Retirement.

Mandell, L. (Janeiro de 2006b). Does Just in Time Instruction Improve Financial Literacy? *Credit Union Magazine, Savingteen Supplement*.



Mandell, L. (2008). *Financial Education in the Workplace: Motivations, Benefits and Barriers*.

Obtido em Janeiro de 2011, de New America Foundation:

http://www.newamerica.net/publications/policy/financial_education_workplace

Mandell, L. (2006a). Financial Literacy: If It's So Important, Why Isn't It Improving. In J. Tatem, *Assessing Adult Financial Literacy and Why it Matters* (pp. 56-61). Indianapolis: Networks Financial Institute.

Mandell, L. (2001). *Improving Financial Literacy: What Schools and Parents Can and Cannot Do*. Washington, D.C.: Jumpstart Coalition.

Mandell, L. (2009). *The Financial Literacy of Young American Adults: Results of the 2008 National Jumpstart Coalition Survey of High School Seniors and College Students*. Washington, D.C.: Jumpstart Coalition.

Mandell, L., & Kermit, H. O. (2009). The Impact of Financial Education in High School and College On Financial Literacy and Subsequent Financial Decision Making. *American Economic Association Meetings*. San Francisco, CA.

Mandell, L., & Klein, L. S. (Setembro de 2007). Motivation and Financial Literacy. *Financial Services Review*, pp. 106-116.

Mercer Oliver Wyman. (2007). *MiFID – No immediate 'Big Bang', but significant strategic impact over time*. Mercer Oliver Wyman.

Mesquita, A., & Ribeiro, M. (2009). *Responsabilidade Social e Literacia Financeira*. Porto: Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto.

New Zealand Network for Financial Literacy. (Novembro de 2010). *National Strategy for Financial Literacy*. Obtido em Janeiro de 2011, de financialliteracy.org.nz: www.financialliteracy.org.nz

OCDE. (9 de Junho de 2005b). *OECD's Financial Education Project: Improving Financial Literacy and Capability*. Obtido em 18 de Setembro de 2010, de Government of Canada: <http://policyresearch.gc.ca/doclib/FCAC/Session%205%20Barbara%20Smith.pdf>

OCDE. (2005a). *Recommendation on Principles and Good Practices for Financial Education and Awareness*. Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico.

OCDE. (Julho de 2006). *The Importance of Financial Education. Policy Brief*.

Office of the Comptroller of the Currency. (2010). *Financial Literacy - Fact Sheet*. Washington, D.C.: U.S. Department of the Treasury.

Roy Morgan Research. (2003). *ANZ Survey of Adult Financial Literacy in Australia*. Austrália: ANZ Banking Group.

Sebstad, J., Cohen, M., & Stack, K. (2006). *Assessing the Outcomes of Financial Education*. Washington, D.C.: Microfinance Opportunities.

Servon, L. J., & Kaestner, R. (2008). Consumer Financial Literacy and the Impact of Online Banking on the Financial Behavior of Lower-Income Bank Customers. *Journal of Consumer Affairs* , 2071-305.

Servon, L., & Parrish, L. (2006). *Policy Options to Improve Financial Education: Equipping Families for Their Financial Futures*. Washington: New America Foundation.

The Economist Intelligence Unit. (2005). *Reputation: Risk of risks*. Financial Times.

The Social - Reserch Center to ANZ. (2008). *Adult Financial Literacy and Causes of Financial Difficulty Studies*. Melbourne: Australia and New Zealand Banking Group.

Vawser and Associates to ANZ. (2009). *Progress Loans - Towards Affordable credit for low-income Australians*. Melbourne: Australia and New Zealand Banking Group.

Willis, L. E. (2008). *Against Financial Literacy Education*. Los Angeles: Iowa Law Review.

Wilson, R. M., & Mason, C. L. (2000). *Conceptualising Financial Literacy*. Loughborough University : Business School Research Series.

WSBI. (2004). *Access to Finance Resolution*. Bruxelles: Word Savings Banks Institute.

WSBI. (2007). *Examples of WSBI Members' Initiatives in the Field of Financial Education*. Bruxelles : World Savings Bank Institute.

WSBI. (2009). *The Contribution of Financial Education to the Enlargement of Access to Finance*. Bruxelles: Word Savings Banks Institute.